

## 4

در زین عید الهادی

أ. عبير أحمد

أ. محمود قطر

أ. شريفه السيد

## 0106630770 :

birooahmed@hotmail.com

# October, November, December 2007

أحدث التطبيقات التكنولوجية في المكتبات ومراكز المعلومات

## مكتبات. نت

### قائمة المحتويات

#### الإفتتاحية: الموجة الثانية من المكتبات الرقمية Library 2.0

3 د. زين عبد الهادي

#### التسويق في المكتبات ومراكز المعلومات

5 أ. محمود قطر

#### أمن المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات

19 أ. مشيرة أحمد صالح

#### شبكة المعلومات الدولية مصدرا لمعلومات الأطباء

29 أ. نجوى شكري

#### أضواء على المكتبات ومراكز المعلومات العربية (24):

#### مكتبة جامعة 6 أكتوبر

31 جمهورية مصر العربية

#### قراءات لك

38 أ. محمد يحيى إبراهيم

#### واحدة مكتبات.نت

40 أ. عبير أحمد

نشرة غير دورية تصدر  
موقعا تهتم بتكنولوجيا  
المكتبات والنظم الآلية  
والإنترنت واستخداماتها  
في المكتبات العربية

مستشار التحرير

أ.د. محمد فتحى عبد الهادي  
رئيس كلية الآداب جامعة القاهرة-السابق  
رئيس قسم المكتبات والمعلومات

رئيس التحرير

د. زين الدين عبد الهادي  
رئيس قسم المكتبات والمعلومات  
جامعة حلوان

zhady41@arado.org.eg

مدير التحرير

د. رؤوف هلال

مدرس المكتبات والمعلومات

كلية الآداب جامعة عين شمس

helal\_raouf@hotmail.com

مراجعة

أ. شريفة السيد

مسئول النشاط الثقافي

دار الكتب المصرية

Shereifa\_elsayed@yahoo.com

توزيع

إيبيس.كوم

القاهرة

صدر العدد الأول لي يناير

2000

## الافتتاحية:

## الموجة الثانية من المكتبات الرقمية

## Library 2.0

د. زين عبد الهادي

Zhady41@arado.org.eg

المجتمع العالمي اعترافه بوجود مجتمع مواز للعالم البشري اسمه مجتمع المعلومات، يحتاج إلى بيئة تشريعية جديدة وقوانين جديدة، ويفرض آليات محددة للتعامل معه.

لا يمكن القول إن المصطلح جديد تماماً حيث سبق استخدام الرقم (2) مع مصطلحات مثل Business 2.0 و Web 2.0 ليعنيا أيضاً الموجة الثانية من إدارة الأعمال والموجة الثانية للشبكة العنكبوتية، بل سبق ذلك ظهور مصطلح (الإنترنت 2) ليعني أيضاً هذا النوع الجديد من شبكة الإنترنت القادرة على التعامل مع الأنواع المختلفة من الملفات، سواء أكانت نصية أم فيديو أم صوتاً أم (ملتيميديا)، كذلك ضمان السرعة الفائقة لأداء الأعمال والنقل المباشر لأي فعاليات صوتاً وصورة؛ بحيث يمكن رؤيتها وسماعها في نفس الوقت الذي تبث فيه.

لم تكن المكتبة كنيسة تعكس فعاليات الحضارة الإنسانية لتتخلف عن هذا الركب الحضاري الجديد. لقد واجهت المكتبة التقليدية هذه الأزمة منذ ظهور مصطلح المكتبة الرقمية، المشكلة كانت في أن المصطلح مرتبط بخاصيتين فقط؛ هما نوع

المكتبة عبر تاريخها الحضاري

## ظلت

الطويل تحمل اسم المكتبة، حتى مع تطور مصدر المعلومات من قطعة حجر أو عظم وورق بردي، ووصولاً إلى الرق وأخيراً الورق الذي نعرفه في عالم اليوم والذي استقر عليه الأمر كوعاء أساسي للمعلومات منذ عدة قرون حين اكتشفه الصينيون. وبعد ظهور الحاسب الآلي أصبح هناك وعاء جديد هو ملفات الحاسب. وأكدت الإنترنت هذه الثورة الرقمية الجديدة في عالم المعلومات مع ظهور مصطلح جديد تماماً يوحي بما ستؤول إليه مؤسسات المكتبات في العالم الرقمي الجديد. وعلى الرغم من ذلك لم يستطع المصطلح أن يهرب من برائن المصطلح القديم؛ فلم يستطع العالم أن ينحت اسماً جديداً للمفهوم الجديد التكنولوجي للمكتبات سوى أن يضيف إليه رقم (2) ليعبر به عن الموجة الجديدة الثانية من المكتبات في العالم.

إذن فنحن أمام نموذج آخر يوازي نموذج العالم الرقمي الجديد أو عالم المعلومات الذي اعترف به العالم في مؤتمر جنيف وتونس اللذين عقدا على التوالي بين عامي 2003 و 2005، حيث أكد

التكنولوجيا في المكتبات إضافة إلى تشجيع مجتمع المستخدمين على الإفادة منها.

من هذه المقولة وأثناء انعقاد مؤتمر اختصاصي مكتبات الإنترنت عام 2005 أعلن مايكل ستيفنس Michael Stephens مسؤول مكتبة سانت جوزيف العامة إلى تبني هذه الفكرة تماماً على موقع مكتبته على شبكة الإنترنت.

عبر مشروع الموجة الثانية للمكتبات يتم تقييم وتحديث خدمات المكتبات لتواجه الاحتياجات المتغيرة للمستخدمين من هذه المكتبات، إضافة إلى دعوة هؤلاء المستخدمين إلى المشاركة في تطوير وصيانة وتقديم خدمات المكتبات، بحيث يمكن تطوير الخدمات عبر طريقين، تلك الخدمات التي تقدم للمستخدمين، وأراء المستخدمين في هذه الخدمات، أي بناء علاقة تفاعلية كاملة وإيجابية بين الطرفين، أي تحويل المستخدمين من عنصر ساكن يحصل على خدمات المكتبة فقط، إلى عنصر متفاعل مع هذه الخدمات.

يمكن القول: إن الموجة الثانية هي اعتماد تكنولوجيا المعلومات في آخر تطوراتها في العمل في المكتبات التقليدية، وتحويل المستخدمين لهذه الخدمات إلى مشاركين في حركة تطور المجتمع العالمي للمكتبات.

زيـن

الوعاء الذي تستخدمه، كما تقدم بعض خدماتها لفئات المستخدمين عبر الإنترنت على سبيل المثال إضافة إلى تقديم خدمات كان يتم بشكل خجول لهؤلاء المستخدمين؛ حيث إنها لم تصل بعد إلى النضج الكامل، كذلك كان ثمة عدم ضمان بأن كل أعمال المكتبة تتم بشكل إلكتروني بالكامل، إضافة إلى كل ذلك كان المصطلح يعكس إشكالية أخرى هو أننا نتحدث عن جزء فقط من المكتبة يعمل بشكل إلكتروني بالكامل وليس عن مكتبة إلكترونية متكاملة يمكن أن تتم كل فعاليتها إلكترونياً، إضافة إلى وجودها الكلي عبر هذه القناة الاتصالية.

ثمة لفظ كبير حدث في مجتمع المتخصصين في علوم المكتبات والمعلومات حين ظهر هذا المصطلح، لقد ظهر المصطلح للمرة الأولى على موقع مايكل كاسي Michael Casey كنقل للمصطلحين السابق ذكرهما المتعلقين بإدارة الأعمال والشبكة العنكبوتية الثانية، وقال إن (المكتبة العامة) باستخدامها لكل خواص الشبكة العنكبوتية في أداء العمل داخلها تساعد على توصيل المعلومات إلى مجتمع المستخدمين منها، حيث تقدم خدماتها اعتماداً على كل من الأدوات التقليدية وتلك التي أخرجتها لنا تكنولوجيا المعلومات، حيث دعا أيضاً إلى أهمية ووجوب وجود استراتيجية تعمل على صهر هذه

## التسويق في المكتبات ومراكز المعلومات

أ. محمود قطر

مدير عام المكتبة المركزية- جامعة حلوان

1. التقسيم الجغرافي: وفيه يتم تقسيم السوق إلى كينونات جغرافية مختلفة كالدول، الأمم، الأقاليم، باعتبار أن احتياجات المستهلك تختلف جغرافياً. وفي هذا الصدد قد تقرر المنشأة أن تعمل في جزء أو قليل من الأجزاء في الدولة كمتخصص في مقابل احتياجات المستهلك، فعلى سبيل المثال قد تقوم إحدى شركات بيع الملابس الجاهزة بإنتاج وبيع أنواع معينة من الملابس على مستوى الدولة ككل ولكن بتصميمات وأذواق مختلفة، وذلك لتلبية الرغبات المختلفة للأقاليم والمحافظة.
2. التقسيم الديموجرافي: وهنا يتم تقسيم السوق إلى مجموعات على أساس متغيرات ديموجرافية: كالمر، والجنس وحجم الأسرة ودورة حياة الأسرة والدخل والمهنة والتعليم والدين. وتعتبر المتغيرات الديموجرافية من أكثر الأسس انتشاراً أو استخداماً في تمييز وتصنيف مجموعات المستهلكين.
3. التقسيم السيكوجرافي: وفيه يتم تقسيم المشتريين إلى مجموعات مختلفة على أساس طبقاتهم الاجتماعية، نمط الحياة، أو خصائص الشخصية. فالناس داخل المجموعة الديموجرافية قد يبدون مظاهر سيكولوجية مختلفة تماماً.
4. التقسيم السلوكي: في هذه الطريقة من التقسيم يتم تقسيم المستهلكين على أساس

القناعة بأن أساس نجاح أي منظمة هو رضا العملاء أو المستفيدين منها، وهذا هو جوهر التسويق. وحتى تصل المنظمة لرضا عملائها فعليها أن تعرف عليهم.

بعبارة أخرى فإن على المنظمة- والمقصود بالمنظمة هنا هي المكتبات- أن تتعرف على السوق المستهدف، أي معرفة المستفيدين منها سواء الحاليين والمحتملين، والتعرف على بيئاتهم الاقتصادية والثقافية والاجتماعية .. إلخ.

وبعبارة أخرى فالسوق المقصود هنا هو جمهور المستفيدين- الآتي والآتي - من خدمات المعلومات التي تقدمها المكتبات، وهو بالطبع جمهور عريض في:

صده، واحتياجاته ورغباته المعلوماتية، وفي مستوياته الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والعمرية .. إلخ. وحتى يكون التعرف على السوق المستهدف ممكناً، فعلى القائمين بالتخطيط التسويقي تقسيم هذا السوق من خلال الاعتماد على بحوث السوق *Market Research* والتي تساعد في مطابقة خدمات المعلومات المقدمة مع المستفيدين منها.

### أهم الاستراتيجيات لتحديد السوق المستهدف

هناك عدد كبير من العوامل والأسس التي يمكن استخدامها في تجزئة السوق إلى شرائح، ومن أهم هذه الأسس ما يلي:

### أهمية التسويق للمكتبات ومراكز المعلومات

حظي موضوع تسويق خدمات المعلومات بالمكتبات باهتمام عدد كبير من الكتاب والمفكرين في دول العالم الغربي، حيث نشرت العديد من الدراسات والبحوث والمقالات والكتب التي تبرز الدور الرئيسي والحيوي للتسويق في المكتبات بشكل عام والمكتبات المتخصصة والعامية بشكل خاص، وأصبح واضحاً للعالم الغربي بل شيء مسلم به أن التسويق هو الأداة الحقيقية لتحقيق أهداف المكتبات ومراكز المعلومات، بل ووسيلتها للبقاء.

ففي عام 1990، أثبتت الدراسة التي أجراها بيورسيل M.F. PURCELL عدم فعالية المكتبات العامة في سد احتياجات الأفراد والجماعات بأيرلندا. لذلك فقد أوصى باستغلال مفاهيم وأساليب علم التسويق في تسويق خدمات المعلومات بالمكتبات العامة، بهدف رفع مستوياتها وكفاءتها وبالتالي كسب المستفيدين كملاء وأعضاء دائمين (3).

كما أشارت إحدى الدراسات إلى تسويق خدمات المعلومات بالمكتبات باعتباره مدخلاً للتنافسية بين المكتبات في الاستحواذ على أكبر عدد ممكن من المستفيدين، وذلك من خلال بحث أولي على عدد 16 مكتبة في الولايات المتحدة في ربيع 1991 (4).

3 - هشام بن عبد الله بن عباس. تسويق خدمات المكتبات العامة. عالم الكتب (الرياض)، 6، مج 13، الجماديان 1413هـ (1992). ص 597.

4 - Benaud, Claire-Lise, Bordeianu, Sever. OCLC's First Search: A Reference Tool Still Evolving. RSR: [reference services review](#). 1993, v 21, n 2. P7.

طرق استعمالهم أو استجابتهم إلى منتج معين، كالتقسيم على أساس الفائدة، أو الولاء لمنتج معين، أو معدل الاستعمال، أو مكانة مستعمل السلعة، أو حالة الاستعمال.. وكلها عوامل تقع ضمن هذا التقسيم (1).

### استراتيجيات اختيار السوق المستهدف :

إن فلسفة تقسيم السوق إلى شرائح أو قطاعات تعكس الفرص التسويقية التي يتيحها القطاع السوقي للمنشأة، وهنا نجد أن المنشأة مطالبة بالمفاضلة بين ثلاث استراتيجيات رئيسية لاختيار السوق، وهي:

#### 1. استراتيجية التسويق اللامتنوع:

#### *Undifferentiated Marketing*

وفي هذه الحالة قد تقرر الشركة خدمة السوق الكلي بتقديم منتج واحد، واستخدام مزيج تسويقي محدد بهدف جذب أكبر عدد من العملاء.

#### 2. استراتيجية التسويق المتنوع:

#### *Differentiated Marketing*

وفي هذه الحالة قد تقرر الشركة خدمة السوق الكلي بتقديم منتجات ذات خصائص مختلفة مع استخدام مزيج تسويقي مختلف لكل منتج على حدة.

#### 3. استراتيجية التسويق المركز:

#### *Concentrated Marketing*

وفي هذه الحالة قد تقرر الشركة خدمة جزئية أو شريحة معينة من السوق الكلي مع تقديم المنتج المناسب والمزيج التسويقي الفعال (2).

1 - توفيق محمد عبد المحسن. التسويق، وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير. القاهرة، دار الفكر العربي، 2003. ص ص 109-117  
2 - المرجع السابق، ص ص 130-131

داخل المنظمة بأهمية أدائهم الفعال ودوره في تحقيق الأهداف العامة للمنظمة. وفي هذا الصدد فإن العملاء هم العاملون داخل المنظمة، ومن ثم يتم تصميم مزيج تسويقي مناسب لتسويق أفكار المنظمة وخططها والحصول على رضاهم مع تحقيق أهداف المنظمة المتعلقة بالربحية من خلال تأييدهم لهذه الخطط والأفكار.

وقد بدأ ظهور مفهوم التسويق الداخلي في قطاع الخدمات حيث تتميز الخدمات عن السلع بارتباط مقدم الخدمة بالمستفيد منها أثناء تأدية الخدمة (عملية إنتاج الخدمة). ومن ثم يمكن اعتبار أن كل فرد داخل المنظمة الخدمية له اتصال مباشر بالعملاء يؤدي دور تسويقي (6).

ويعتبر العنصر البشري من أهم الموارد التي تعتمد عليها أي منظمة، وتزداد هذه الأهمية في المنظمات الخدمية. وتصنف المكتبات على اختلاف أنواعها ومراكز المعلومات على أنها منظمات خدمية، ومسئولة عن خدمتين أساسيتين هما:

- 1- خدمة تقديم المعلومات.
  - 2- خدمة إتاحة أوعية المعلومات.
- ونظراً للسمات المميزة للخدمات بشكل عام حيث إنها:
- 1- غير ملموسة، أي ليس لها مواصفات وأبعاد مادية أو مادية.
  - 2- غير نمطية، أي تتشكل حسب رغبة متلقي الخدمة.
  - 3- وجود علاقة أو اتصال مباشر بين منظمة الخدمة وبين متلقي الخدمة.
  - 4- مساهمة متلقي الخدمة في إنتاج الخدمة.

<sup>6</sup> - محمد فريد الصحن. التسويق: المفاهيم والاستراتيجيات. الإسكندرية: الدار الجامعية، 1998. ص ص 34-35

وتقدم دراسة أخرى عرضاً لأدبيات تسويق خدمات المعلومات بالمكتبات العامة والأكاديمية المدرسية والخاصة منذ عام 1982، وتحتوي على 114 فقرة ببيوجرافية، بالإضافة إلى النتائج التي توصل إليها هذا المسح في كيفية استخدام آليات التسويق (5).

### التسويق الداخلي

#### *Internal marketing* التسويق الداخلي

نجاح أي منظمة يتوقف إلى حد كبير على مدى قدرتها على خدمة أسواقها بفاعلية وكفاءة من خلال تطبيق المفاهيم التسويقية الحديثة، ويقتد أهمية تطبيق هذه المفاهيم على عملاء المنظمة واقتناعهم بمدى جاذبية وقدره المنتجات على إشباع احتياجاتهم والحصول على تفضيلاتهم لها، فإن قدرنا من الاهتمام مطلوب أيضاً لضمان قيام العاملين داخل المنظمة بتحويل أفكار واستراتيجيات المنظمة إلى واقع فعلي، ويتطلب ذلك ضرورة إقناعهم بالأفكار والخطط التي تقوم المنظمة بانتهاجها والحصول على تأييدهم لها. فمن الضروري بامكان اقتناع الأفراد داخل التنظيم بأهمية المنظمة وما تقدمه من منتجات وإسهام عملهم في تحقيق أهداف المنظمة، وذلك قبل القيام بأي تسويق خارجي لمنتجاتها.

ومن هذا المنطلق بدأت الكتابات التسويقية في الآونة الأخيرة- في التطرق إلى مفهوم التسويق الداخلي *Internal marketing* للإشارة إلى الجهود التسويقية المبذولة في اقتناع العاملين

<sup>5</sup> - Norman, O. Gene. Marketing Library and Information Services: An Annotated Guide to Recent Trends and Developments. Reference services review. 1989, v 17 n 1. P43.

المعلوماتية، أو أنه يجعله يشعر أنه القارئ الوحيد بهذه المكتبة .

والسؤال الثاني: كيف يمكن تطوير مهارات العاملين بالمكتبات ومراكز المعلومات بما يتماشى مع متطلبات الجمهور، في إطار سمي تلك المكتبات ومراكز المعلومات للنجاح مهنيًا وإداريًا؟

بطبيعة الحال ستكون الإجابة الفورية هي: الدراسات الجامعية الأولى والمتخصصة في المجال، ولكن نظراً للتطور المستمر في هذا المجال فإن العاملين بتلك المنظمات يحتاجون من وقت لآخر لتطوير ثوابتهم (7)، وأحياناً يكون التطوير من خلال: المحاكاة عند القيام بزيارات ميدانية لنماذج من المكتبات الناجحة، أو بواسطة البرامج التدريبية التنشيطية أثناء العمل وبما يسمى: خبرة رأس العمل، أو حضور الملتقيات وورش العمل والمؤتمرات المهنية، أو بالقراءة على الأقل .

#### الخدمات

سمات الخدمة ومشاكلها وحلولها

#### الفرق بين السلعة والخدمة

درجة الملموسية: فالخدمات ليس لها وجود مادي، عكس السلع يمكن رؤيتها أو لمسها أو الشعور المادي بها، ولا ينطبق ذلك على الخدمات لطبيعتها غير المادية .

توقيت عمليتي الإنتاج والاستهلاك: في حالة "الخدمات" فإن عمليتي الإنتاج والاستهلاك تحدثان في آن واحد، ويترتب على ذلك خاصية فرعية أخرى وهي صعوبة معاينة الخدمة قبل

فإن عبء " تسويق " خدمات المكتبات ومراكز المعلومات يقع على أفرادها، لا سيما المتواجدين في نقاط الخدمة المباشرة بالجمهور، مثل أفراد: الإرشاد المرجعي، الإعارة الخارجية، الاشتراكات والعضوية إلخ. بل قد يصل العبء إلى " أفراد الأمن " المتواجدين في مداخل تلك المكتبات أو مراكز المعلومات .

والسؤال الأول المطروح هنا :

لماذا يتحمل مقدمو الخدمة المكتبية عبء " تسويقها " ؟ الإجابة سبق الإشارة إليها في الفقرة السابقة، بالإضافة إلى أن:

أ- تعقد عملية الاتصال بين تلك النوعية من المنظمات الخدمية وبين جمهورها، يجعل هذا الجمهور يُعَيِّن المكتبة أو مركز المعلومات بالجزء المرتئي له، ولا يعنيه الأداء التميز لأقسام التزويد أو الإعداد الفني أو النظام الآلي، أو مدى كفاءة الإدارة، بل كل ما يعنيه أداء الفرد الذي تعامل معه مباشرة: هل بذل جهداً؟ هل تواصل فكرياً معه؟ هل كان بشوش الوجه؟

وعليه فإنه في هذه الحالة لا يمكن فصل جودة الخدمة عن جودة سلوك مقدم الخدمة مع متلقي الخدمة، أي أن متلقي الخدمة يسمي الخدمة بأضعف حلقات الاتصال، ويعمم ما يراه على ما لا يراه.

ب- أهمية عنصر الثقة في مقدم/مقدمي الخدمة حيث تلعب دوراً كبيراً في تفضيل مكتبة على أخرى، إذ يعتقد " القارئ " أن ( س ) من أفراد الخدمة بمكتبة ما يستحق ثقته، لأن هذا الفرد أرشده لمعلومات وثيقة الصلة ببحثه، أو أنه تواصل فكرياً مع متطلباته

<sup>7</sup> - محمود قطر. نحو لخصائي معلومات متميز. الإسكندرية: جامعة الإسكندرية، 1999. ص 5 ( بحث مقدم إلى المؤتمر القومي الثالث لأخصائيي المكتبات والمعلومات )



المشاكل المرتبطة بعدم الملموسية (من وجهة نظر مستهلك الخدمة) :

أ- فكرة الثقة

ب- عملية البحث

ج- صورة الخدمة في ذهن المستهلك

د- أهمية الكلمة المنطوقة *word of mouth*

المشاكل المرتبطة بعدم الملموسية والمجتمع :

أ- الرقابة على الخدمات

ب- قياس الإنتاجية

ج- التضخم *Inflation*

المشاكل المرتبطة بخاصية العلاقة المباشرة بين

المنظمة الخدمية وعملائها :

أ- تعقد الاتصال ( التفاعل )

ب- تقسيم بيئة الخدمة

ج- توزيع الخدمة

النتائج المترتبة على هذه العلاقة بالنسبة لمستهلك الخدمة :

أ- شخصية العلاقة

ب- السيطرة *Captivity*

النتائج المترتبة على هذه العلاقة بالنسبة للمجتمع :

أ- التوفيق بين تواجد الخدمات والتخطيط

الإقليمي

ب- الجودة العامة للخدمة

مشاكل مساهمة العميل في إنتاج الخدمة من وجهة نظر العميل ذاته :

أ- الاعتمادية

ب- ارتباط العميل بالمنظمة الخدمية

الحلول وتطبيقاتها على خدمات المعلومات

المخزون :

تعمل وظيفة المخزون على تحقيق ذلك التوازن بين

الاستمرار في الإنتاج بشكل منتظم من ناحية وبين

استهلاكها. أما السلع، فيوجد فارق زمني-بل ومكاني أيضاً- بين عمليتي الإنتاج والاستهلاك . تواجد العميل : فالانتفاع بالخدمة يتطلب وجود المنتفع أو العميل أثناء إنتاجها بواسطة موظفي الشباك بالبنك، الطبيب أو الممرضة في المستشفى، موظف الاستقبال في الفندق، المضيف في رحلة الطيران، أخصائي المعلومات في المكتبة أو مركز معلومات. وذلك بعكس السلع التي تنتج في مكان ثم تباع في مكان آخر وقد لا يرى العميل أي خطوة من خطوات إنتاج السلعة أو من يقوم بذلك.

مساهمة العميل في الإنتاج : وتعتبر هذه خاصية أساسية في حالة الخدمة، إذ لا يمكن تقديم الخدمة بكفاءة دون مساهمة العميل في الإنتاج. وكمثال على ذلك نجد أن دقة تشخيص الطبيب تتوقف جزئياً على دقة البيانات والإجابات التي يعطيها المريض، كما أن دقة الاستشارات الإدارية تتوقف إلى حد كبير على دقة البيانات التي يعطيها العميل.

ويعني ذلك أن مشروع الخدمة لا ينفرد وحده بإنتاج خدماته كما هو الحال بالنسبة للمشروع الذي ينتج سلعة مادية .

المشاكل الناجمة من خصوصية سمات الخدمة

يترتب على الخصائص السابقة المميزة للخدمات عدد من المشاكل المتعلقة بتسويقها على مستويات ثلاثة، هي : المنظمة المؤدية للخدمة، المستهلك للخدمة (أو العميل)، السياسة العامة أو المجتمع. المشاكل المتعلقة بخاصية أن الخدمات غير ملموسة (من وجهة نظر المنظمة) :

أ- عدم القابلية للتخزين.

ب- الاتصالات.

ج- التسعير.

الزيادات في الطاقة الإنتاجية بالسلب على كثير من المنشآت الخدمية بعصر والعالم أجمع .

الاتصالات :

خاصية أن الخدمات غير ملموسة تجعل عملية الاتصالات صعبة بالنسبة للمعلاء بصفة عامة، والمعلاء المحتملين بصفة خاصة، فعند الإعلان كيف يمكن خلق صورة *Image* شيء ليس له مظهر مادي بطبيعته ؟. فمثلاً ما هي الصورة التي يتم الإعلان بها عن خدمات المعلومات بالمكتبات العامة ؟

إن كل ما يمكن عمله هو التركيز على بيان أو إظهار الفوائد المحتملة التي يمكن الحصول عليها من الخدمة المؤداة مثل: سرعة الحصول على خدمة الإعارة الخارجية، الدقة في الحصول على إجابة لسؤال مرجعي، أو التركيز على إظهار الفوائد المصاحبة لخدمة معلومات ما مثل: أجهزة الحاسبات الحديثة، التنظيم الداخلي الجيد لبنى المكتبة، التكيف والإذاعة الداخلية، المشروعات السريعة .. إلخ .

كما يترتب على هذه المشكلة مشكلة أخرى، تتعلق بالتمييز بين خدمات المنظمات الخدمية المنتمة لقطاع واحد ممثل قطاع المعلومات.

التسعير :

يعتبر حساب تكلفة السلعة أقل تعقيداً من حساب تكلفة الخدمة، فعلى سبيل المثال - عند حساب تكلفة السلعة- يمكن للمنشأة حساب التكاليف المباشرة بشكل مبسط من خلال حاصل جمع تكلفة الخامات والعمل وجزء من التكاليف الثابتة، وإذا تم إضافة هامش ربح مناسب فإن المنشأة يمكن أن تحصل على "سعر السلعة" (على الرغم من أن هذه الطريقة في كيفية احتساب السعر قد لا تكون

عدم انتظام الطلب من ناحية أخرى. أما في حالة المكتبات العامة وهي منظمة خدمية - فإن مشكلة التوفيق بين إنتاج الخدمة والطلب عليها يحتاج حلاً آخر غير "المخزون"، فمقابلة الطلب المتغير على خدمات المعلومات المقدمة من خلالها تتم عن طريق الاحتفاظ بطاقة إنتاجية وليس إنتاجاً فعلياً. حيث لا تستطيع تلك المكتبات إنتاج 100 خدمة إعارة خارجية مقدماً مثلاً- وتخزينها لحين طلبها، ولكنها تستطيع في فترات ذروة الطلب على تلك الخدمة زيادة أعداد مقدميها لجمهور المستفيدين، فبدلاً من وجود فردين بنقاط خدمة الإعارة الخارجية بها يتم زيادتهم إلى العدد المناسب مع الطلب المتوقع من جمهور المستفيدين من تلك الخدمة.

أما إذا قامت تلك المكتبات العامة بشكل خاص- والمنظمات الخدمية بشكل عام بتقديم خدماتها وفق تصور غير مدروس، فإنها قد تجني خسائر جمة من وراء ذلك، فقد يتم تصميم مبنى مكتبة عامة ويتم تجهيزه (أفراد، مقتنيات، معدات .. إلخ) ليكون مستعداً لاستقبال 500 متروّد في المرة الواحدة ولكن حجم التردد الفعلي يقل عن هذا كثيراً مما يعتبر هدرًا في نفقات تشغيلها، وتبدو هذه الخسارة أكثر وضوحاً في المنشآت المتصلة بخدمة السياحة كالفنادق والمطارات والمطاعم .. إلخ، إذ إنها اضطرت إلى زيادة الطاقة الإنتاجية (أسرّة أكثر بالفنادق، مقاعد أكثر بالمطاعم، طائرات ومطارات أكثر .. إلخ) أصلاً في زيادة توافد السياح، ولكن لأسباب خارجة عن توقعاتهم مثل: أحداث الحادي عشر من سبتمبر لعام 2001 بأمريكا فقد عادت هذه

فالمعروف أن تعمل المكتبات وغيرها من مرافق المعلومات لطالبيها، ولكن عديداً من الأسئلة التي تثار هنا، منها :

هل تتاح المعلومات مجاناً أم بمقابل، خاصة بعد أن تبين أن تكاليف الحصول على مصادر المعلومات وتجهيزها واختزانها وإاحتاحتها أصبحت مرتفعة للغاية ومرهقة للميزانيات المقررة لمرافق المعلومات .

البعض يرى أنه من حق المواطن الحصول على المعلومات مجاناً، والبعض الآخر يرى أنه لا بد أن يساهم في التكاليف. وعلى كل حال فالظروف الحالية تتطلب أن يساهم الفرد ولو بقدر قليل من التكاليف (9).

وبالطبع هي معادلة صعبة أن تتمتع المؤسسات الثقافية، المرتبطة بالإبداع ومخاطبة الوجدان العام للشعب، في عدد غير قليل من الفنون : الرسم، النحت، التصوير، العسارة، الموسيقى، المسرح والسينما، الكلمة المطبوعة في المجلات والكتب، بما تحويه من موضوعات النشاط الإنساني في السياسة والاقتصاد والاجتماع والفلسفة وسائر العلوم الإنسانية بخاصة أن تتمتع تلك المؤسسات صاحبة هذه الفنون بالاستقلال، الذي يرمي ويستجيب لمتطلعات المتلقين، قبل التوجه الخاص نحو السلطة السياسية، أو الخضوع لما تحرص عليه الجهات الاقتصادية والتجارية، صاحبة المصالح الخاصة .

إنها المعادلة الصعبة التي تحقق هذا الاستقلال لتلك المؤسسات، وفي الوقت نفسه تتوفر لها

مستغقة مع المفهوم التصويقي الحديث، لكنها تناسب بعض المنشآت) .

أما في حالة الخدمة، فالأمر يبدو أكثر تعقيداً حيث تبدأ الصعوبة عند حساب التكاليف المباشرة للخدمة، وذلك بسبب عدم وجود مواد أولية أو خامات، بالإضافة إلى صعوبة قياس الوقت اللازم لإنتاج الخدمة والعائد إلى عدم قابليتها للتमित، مع وجود صعوبة في توزيع التكاليف الثابتة .

فعند إنتاج خدمة إتاحة المعلومات سواء خلال البحث الآلي أو عبر بنوك المعلومات بالمكتبات العامة، فإنه تبرز صعوبة " تسعير " هذه الخدمة، هل سيتم حساب السعر " بالصفحة " أم " بالساعة "؟. وإذا تم حساب السعر بالصفحة، فهل يتم احتساب سعر الصفحة كخامة ؟ أم سيضاف عليها تكاليف أخرى: كتكلفة الخبر الذي طبع به الصفحة، وقيمة أجر أخصائي المكتبات خلال فترة البحث عن المعلومات وطباعتها، وقيمة " قسط استهلاك " الآلات المستخدمة في البحث والطباعة سواء أكانت أجهزة حاسبات أو طابعات، وقيمة استهلاك الطاقة (كهرباء) والاتصالات (تليفون) ، إلخ من بنود يجب حسابها مع وضع البعد الاقتصادي للمستفيد في الاعتبار .

#### خصخصة المؤسسات الثقافية

مع التحول نحو ما يسمى باقتصاديات السوق وما استتب ذلك من خصخصة لمؤسسات القطاع العام- ومنها دور السينما والمسارح والمكتبات ومراكز المعلومات . فقد طرح شعار خصخصة المؤسسات الثقافية (8).

8 - (خصخصة للمؤسسات الثقافية) عنوان لموضوع عرض على المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب والإعلام بتاريخ 2001/2/3 في دورته الثانية والعشرين. 2000/2001، وسيتم التعرض له لاحقاً (البحث).

9 محمد فتحي عبد الهادي. أخلاقيات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات. الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات. مج7، ع14 يوليو 2000. ص 30

الكلية، كالحماية القومية التي تتولاها القوات المسلحة، على الدولة المثلثة لذلك المجتمع أن تدفع تكلفتها، والطعام والشراب واللباس وما إليها ممّا يتمتع بها الأفراد، على كل منهم أن يدفع ثمنها. أما الأضيء والأشور التي لا تدخل في الفئتين السابقتين، كما تتمثل في المؤسسات التعليمية والفكرية والثقافية، فعلى الأفراد أن يدفعوا بعض تكلفتها، ويبقى البعض الآخر قليلاً أو كثيراً الذي ينتظر تمويلًا من جهة حكومية أو غير حكومية، بشرط ألا تفرض على المؤسسة الثقافية وجهة نظر معينة (12).

وهذا ما يذهب إليه البعض حيث يرى أنه بسبب تغير المنظور الاقتصادي للمعلومات، فقد بدأ النظر إلى المعلومات باعتبارها مورداً اقتصادياً منذ سبعمينيات القرن العشرين، ولكن الجديد الآن هو ازدياد الإحساس بصناعة وتجارة المعلومات، واعتبار المعرفة أهم مصادر القوة ومورداً يقوى في أهميته الموارد الطبيعية والمادية، وما ترتب على ذلك من إخضاع المعلومات كسلة لقوانين السوق إنتاجاً وتوزيعاً أو توصيلاً، وبالتالي إعادة النظر في بعض المفاهيم الراسخة مثل "المجانية المطلقة لخدمات المكتبات والمعلومات"، وأصبح من المقبول في الوقت الراهن أن يتحمل المستفيدون تكلفة الحصول على المعلومات أو على الأقل جزءاً من هذه التكلفة، ومن المنتظر أن يتوسع هذا الاتجاه في المستقبل بحيث تخضع خدمات المعلومات لسياسة السوق المفتوحة، حيث يكفل ذلك زيادة حجم استخدام المعلومات، كما يكفل تنافساً قوياً بين موردي الخدمات يؤدي في النهاية إلى رفع

المتطلبات التمويلية للقيام بواجباتها ومسؤولياتها، نحو مجتمعاتها على الوجه الأكمل الممكن (10).  
وسبب أن الثقافة ركن أساسي في البناء العام للدولة، فإنها تمثل إحدى أدواتها في تحقيق مشروعاتها السياسية والاقتصادية، وخوض المعارك الفكرية المرتبطة بهما.. فليس هناك فرق كبير بين هيمنة القطاع العام المركزي التابع مباشرة للسلطة، وهيمنة القطاع الخاص الأثاني الذي قد ينجح في مصادقة السلطة أو مغافلتها. وهناك شواهد معينة قد تكون محدودة، على وجود هذين السكبن أو أحدهما، في بعض الجهات الثقافية بمصر، أخذت مكانها أواخر التسعينيات من القرن الماضي.

ودون الدخول في المفاهيم والأهداف القريبة والبعيدة، بالنسبة لخصخصة القطاع العام في المجال الاقتصادي التجاري، فهل المقصود بخصخصة المؤسسات الثقافية المصرية، أن تأخذ هي أيضاً تلك المفاهيم وهذه الأغراض نفسها كما هي.. وهكذا تصبح الخصخصة في مصر توأماً واحداً متكاملًا، له شقه الثقافي المأمول، كما أن له شقه التجاري الاقتصادي الذي تحقق منه جزء كبير في السنوات القليلة الماضية؟ (11).

وقبل أن نتوه بين "نعم" أو "لا" مطلقة لهذا التساؤل المشروع، فإن الإجابة يمكن أن تكون تطبيقاً لواحدة من المسلمات الاقتصادية، ذلك أن المستفيد بشيء داخل المجتمع عليه أن يدفع ثمنه. فالشيء الذي يعود على المجتمع بصفته

<sup>10</sup> -المجلس القومي للمتخصصة. تقرير المجلس القومي للثقافة والفنون والآداب. للقاهرة: رئاسة الجمهورية، 2001 (الدورة الثانية والعشرون 2000/2001)، ص 61

<sup>11</sup> - المرجع السابق، ص ص 62-63

<sup>12</sup> - المرجع السابق، ص 64

وقد ظلت هذه الخدمات والأنشطة بالمكتبات أسيرة النمطية والتقليدية حتى منتصف الثمانينيات من القرن الماضي، حيث بدأت إرهابات وجود رسالة ثقافية أوسع للمكتبات العامة على سبيل المثال - مع بداية نشاط جمعية تنمية حي مصر الجديدة في تطوير مكتبتى مصر الجديدة والمستقبل التابعتين لها، وأخذت شكلاً أوضح مع قيام جمعية الرعاية المتكاملة بإنشاء سلسلة مكتبات للأطفال في تلك الفترة، إلا أن التفسير الأكبر بدأ مع إنشاء مكتبتى: القاهرة الكبرى (بالزمالك) ومبارك العامة (بالجيزة) والذي جمعهما النيل والرؤية الثقافية الشاملة .

- ومن أهم الخدمات والأنشطة المقدمة بالمكتبات
- خدمة الاطلاع الداخلي للمقتنيات من: كتب ومراجع، دوريات علمية وعامة، مصغرات فيلمية.
  - خدمة المشاهدة والاستماع الداخلي: للوسائط المتعددة (أقراص صوتية، شرائط صوتية، شرائط صوتية).
  - خدمة الإعارة الخارجية .
  - خدمة التصوير .
  - نادي القرن 21 (التجوال عبر الإنترنت، الاستخدام الحر للحاسب) .
  - دورات الحاسب .
  - نشاط الركن الأخضر (نشاط بيئي)
  - نشاط العروض السينمائية .
  - الأنشطة الفنية والتي تتضمن: العروض المسرحية والفنانية والموسيقية، الأعمال اليدوية الفنية وعروض الأعمال المتميزة منها بمعارض داخلية .

مستوى الخدمات وتقليل أسعارها أو حتى جعلها في المستوى المقبول (13) .

لذا، فإن المكتبة سوف تجد نفسها مضطرة للحصول على مقابل لما تقدمه من خدمات لكي تطور المكتبة خدماتها وترفع مستوى جودتها (14).

#### أنواع مخرجات المكتبات ومراكز المعلومات

##### تشكيلة الخدمات

من الأقوال الشائعة أن " المنتج الجيد يبيع نفسه " سواء كان هذا المنتج الجيد سلعة جيدة أو خدمة جيدة، ويتضمن هذا القول جانباً من الصحة - وليس كل جوانبها - ولكن إذا ؟ أردنا مراعاة الدقة في التعبير فإنه يمكن القول أن " المنتج الجيد " تقل معه احتمالات الخسارة أو عدم الزواج لأنه ينجح في إثارة اهتمام المستفيد أو المستهلك بسهولة أكبر، وبالتالي يصبح هذا المستفيد أو المستهلك أكثر استعداداً لقبوله .

إلا أن الواقع الم شاهد في حالة " المنتج الجيد " بالمكتبات العامة يفاير ما سبق الإشارة إليه، حيث لوحظ تحول المستفيدين من مكتبة لمكتبة أخرى على الرغم من وجود هذا " المنتج الجيد " المتمثل في رصيد كبير من أوعية المعلومات، حيث تعتبر الخدمات والأنشطة المقدمة داخل المكتبات من " الميزات النسبية " التي يفاضل على أساسها جمهور المستفيدين بين مكتبة عامة وأخرى.

13 - ثروت يوسف الغلبان. تعليم المكتبات والمعلومات في مصر: للموقف عند نهاية القرن. الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات مج 7، 14 يوليو 2000، ص 92

14 - خالد حسين إبراهيم. الإدارة المالية للمكتبات المتخصصة المصرية: دراسة تحليلية ؛ إشراف أسامة السيد محمود، محمود محمود غفيلي. (طروحة) نكتوراه. القاهرة: جامعة حلوان، كلية الأدب، 2001. ص 43

ويتم التكيف " تسويقياً " مع هذه الحالة بواسطة " التسويق المتزامن *Synchronic Marketing* " والذي يهدف إلى إيجاد طريقة لتحقيق المطابقة والمواءمة بين الطلب والعرض عن طريق التسعير المرن والترويج وتنشيط المبيعات (الخدمات) أو زيادة الطاقات المتاحة عن طريق تشغيل الأفراد أوقات إضافية، مشاركة العملاء في تأدية الخدمة .. إلخ (15) .

ويمكن تطبيق " التسويق المتزامن " لضمان استمرارية التردد طيلة شهور العام على المكتبات العامة بشكل شبه منظم، وذلك من خلال تنشيط الخدمات التقليدية مثل: خدمة الاطلاع الداخلي والإعارة الخارجية والتصوير، مع ربط هذه الخدمات بالخصائص الديموجرافية للمستفيدين مثل: العمر والحالة التعليمية والحالة الوظيفية .

فالمعروف أن النسبة الأكبر من المترددين على المكتبات العامة خلال الموسم الصيفي (أو ما يعرف بمهرجان القراءة للجميع) من الطلاب-بلغت نسبتهم المئوية 95.3% من إجمالي أفراد العينة- والذين يمكن جذبهم لتلك المكتبات العامة خلال الموسم الشتوي (أو ما يعرف بالموسم الدراسي) بتوفير بعض أوعية المعلومات المتصلة بمقرراتهم الدراسية، على أن يؤخذ في الاعتبار التوازن المطلوب بين مجموعات المكتبات حتى لا تتحول المكتبات العامة إلى مكتبات مدرسية أو جامعية .

كما أن هناك نسبة تتزايد أعدادها بشكل مستمر من المستفيدين الذين خرجوا من العمل سواء ببلوغهم سن المحاسن أو المعاش التقاعدي (البيكر) وهذه الفئة تشكل احتياجاتها المعلوماتية من

- الأنشطة العلمية والتي تتضمن: نوادي المعلوم والتكنولوجيا، المخترع الصغير.

- الأنشطة الثقافية والتي تتضمن: الندوات، المجلات الحائطية، المسابقة الثقافية الكبرى والتي تشمل تباري أعضاء تلك المكتبات بأبحاثهم حول موضوع معين.

- الأنشطة الترفيهية والتي تتضمن: الرحلات، مسابقات متنوعة، مسابقات خاصة بصحبات معينة (مثل لعبة الشطرنج) .

ومن الملاحظ تعدد وتنوع تشكيلة الخدمات والأنشطة الغير تقليدية والتي نجحت في اجتذاب عدد كبير من المستفيدين للمكتبات العامة، إلا أنه كان نجاحاً موسمياً، حيث يتركز إقبال المستفيدين على هذه الخدمات والأنشطة بالمكتبات العامة ولا سيما التابعة لجمعية الرعاية المتكاملة خلال مهرجان القراءة للجميع والذي تبدأ فعالياته من منتصف شهر يونيو حتى منتصف شهر سبتمبر من كل عام، ثم ينحسر الإقبال مع منتصف شهر أكتوبر بسبب بداية الموسم الدراسي، ويظل مؤشر الانحسار في حالة هبوط وتذبذب طيلة أشهر الدراسة والتي تتراوح بين 8-9 أشهر.

وتسمى هذه الحالة بحالة " الطلب غير المنتظم *Irregular demand* " والتي يلاحظ فيها أن العديد من المنظمات تواجه حالات اختلاف الطلب (على خدماتها) سواء على مستوى الموسم أو الأيام وحتى الساعات، أي موسمية الطلب والتي تسبب مشاكل في تحديد الطاقة المناسبة لمواجهة الطلب، ومن أمثلتها: المنظمات المنتجة للمشروبات الغازية، والمنظمات المقدمة لخدمات النقل والسياحة والفندقة .

15 - محمد فريد الصبحن. للتسويق: المفاهيم والاستراتيجيات، مرجع سابق، ص 50

وذلك على حساب إشباع الحاجة للمعرفة وتحقيق الذات .

وتعتبر الحاجات الإنسانية المفهوم الأساسي لدراسة التسويق، فالإنسان لديه العديد من الحاجات التي يسمى إلى إشباعها. وتتضمن هذه الحاجات مجموعة الحاجات المادية للطعام والملبس والدفع والأمان، والحاجات الاجتماعية للانتماء والتفاعل والتقدير، والحاجات الفردية للمعرفة وتحقيق الذات، وبطبيعة الحال يسمى الفرد إلى التدرج في إشباع هذه الحاجات بحيث ينتقل من مستوى معين للحاجات بعد إشباعها إلى مستوى أعلى لمحاولة تحقيقها وإشباعها .

وبلاحظ أن الحاجة غير المشبعة قد تفرض على الفرد تصرفين أساسين هما: (أ) التطلع إلى إشباع الحاجة أو (ب) محاولة تقليل مستوى الحاجة. وبلاحظ أن حاجات الفرد تختلف من مجتمع لآخر حسب مستوى التقدم الاقتصادي داخل المجتمع. ففي المجتمعات المتقدمة اقتصادياً يتطلع الفرد إلى إشباع حاجاته ويساعده في ذلك ارتفاع مستوى دخله ومن ثم قدرته على الإشباع بعكس الأفراد في المجتمعات المتخلفة نسبياً والذين يسعون إلى التقليل من مستوى الحاجة أو محاولة إشباعها بما هو متاح من سلع وخدمات (16) .

لذا فإن التسعير يعتبر من أحد القرارات الاستراتيجية التي تؤثر على نجاح الجهات المقدمة لخدمات المكتبات والمعلومات، حيث تستمد أهمية قرار السعر ليس فقط من تأثيره على المزيج التسويقي باعتباره أحد عناصره، ولكن التأثير يمتد ليشمل الأداء الكلي لهذه الجهات،

الدوريات العامة (الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية والشهرية) بالإضافة إلى الكتب والمراجع ذات الصبغة التاريخية والدينية .

لذا على المكتبات العامة أن تدرس فئات المترددين عليها من النواحي الديموغرافية: العمر والحالة التعليمية والحالة الوظيفية، وتعمل على إيجاد " تشكيلة الخدمات " التي توائم بين تلك الخصائص الديموغرافية من ناحية وبين كونها " مكتبة عامة " من ناحية أخرى .

ويمكنها أن تضيف تلك المكتبات العامة - قائمة تشكيلة الخدمات والأنشطة التي تقدمها، أفكاراً جديدة مثل:

- خدمة البث الانتقائي لنتائج البحث عبر شبكة الإنترنت، من خلال إرسال هذه النتائج إلى الأعضاء بالبريد الإلكتروني، وذلك بعد أن يقوم الأعضاء الراغبون في الاشتراك بهذه الخدمة بموافاة المكتبة بمناوون يبردهم الإلكتروني بالإضافة إلى الكلمات الدالة على اهتمامهم أو تخصصاتهم العلمية أو المهنية.

- إقامة معارض للكتب والمراجع والوسائط الحديثة بسعر مخفض .

- إقامة معارض لعرض وسيع المشغولات الفنية اليدوية وغيرها من إنتاج أعضاء المكتبات التابعة لجمعية الرعاية المتكاملة .

#### ● استراتيجيات التسعير :

يعتبر عنصر " التسعير " من العناصر الهامة في المزيج التسويقي، لا سيما في المجتمعات النامية والتي يقل فيها مستوى دخل أفرادها مما يدفعهم إلى إعادة ترتيب حاجاتهم وإعطاء أولويات الإشباع لحاجاتهم المادية من مأكل ومسكن وملبس

<sup>16</sup> - محمد فريد الصحن. التسويق: المفاهيم والاستراتيجيات. مرجع سابق. ص 8

تمثل الربح الذي يجدره مجزياً لهم فإن هؤلاء المنتجين عندما يشعرون أسعارهم ويعرضون سلمهم في السوق لا يحددون أسعارها اعتباطاً، وإلا فإن سلمهم سيقفل إما بدون بيع إذا كانت الأسعار أعلى مما يجب أن تكون عليه، وإما أن تنفذ سلمهم في الحال ويحققون خسائر أو لا يحققون أرباحاً على الإطلاق إذا كانت أسعارهم أقل مما يجب .

إن هؤلاء المنتجين عندما يحددون أسعارهم يجب أن يعتمدوا على معلومات دقيقة عن السوق وعن الطلب المحتمل للمستهلك ومدى قدرته على دفع أسعار معينة، وعلى مركز السلعة التنافسي في السوق، وطبيعة السوق الذي ستزول فيه، كل هذه العوامل يأخذها المنتج أو بائع السلعة في الحسبان عندما يحدد نسبة الربح التي يغنيها إلى تكلفة السلعة (18) .

أساليب تحديد السعر :

هناك العديد من الأساليب والمداخل المستخدمة كأساس لتحديد أسعار المنتجات (سلع وخدمات)، ومنها:

أ. التسعير على أساس التكلفة: تعتبر هذه الطريقة من أبسط طرق التسعير وأكثرها شيوعاً ويطبق عليها مدخل " التكلفة زائد *Cost plus* " ووفقاً لهذه الطريقة يتحدد السعر كالتالي: السعر = التكاليف الكلية + هامش الربح وقد يتحدد هامش الربح كنسبة مئوية من التكاليف أو كنسبة تحقق عائد معين من الاستثمار، وتعتبر هذه الطريقة من

فبالإضافة إلى مساعدة قرارات التسعير في زيادة أو تقليل الربحية، فإنه يمكن استخدامه كعنصر فعال ومؤثر في جذب أعضاء جدد للمكتبات التي تتبعها.

معنى السعر :

يمكن التعبير عن السعر على أنه القيمة المعطاة لسلعة أو خدمة معينة، والتي يتم التعبير عنها في شكل نقدي. فالمنفعة التي يحصل عليها المستهلك من شراء سلعة أو خدمة معينة يعبر عنها في شكل قيمة معينة يتم ترجمتها من جانب الشركة (أو المنظمة بشكل عام) في شكل سعر معين يدفعه المستهلك (أو المستهلك) ثمناً لهذه المنفعة. وبالتالي فإن السعر المدفوع لا يعكس فقط المكونات المادية للسلعة (أو الخدمة) ولكن يمكن أن يشمل أيضاً العديد من النواحي مثل: النفسية، شهرة المنتج، مجموعة الخدمات المقدمة والمتعلقة ببيع السلعة أو الخدمة (17) .

وحسب النظرية الاقتصادية لتحديد الأسعار في السوق وفي ظل المنافسة الكاملة يتفاعل العرض مع الطلب حتى تصل إلى سعر التبادل، وهو السعر الذي تتساوى فيه قوى العرض مع قوى الطلب. والسعر الذي يتحدد بالعرض والطلب هو ما يطلق عليه سعر السوق *Market price*، والأسعار التي تتحدد في المزادات العلنية هي أقرب ما نلمسه من أمثلة على تقابل العرض مع الطلب وتحديد السعر على أساس توافق العرض مع الطلب .

وإذا كان غالبية المنتجين يلجئون إلى تحديد أسعارهم على أساس التكلفة ثم إضافة نسبة معينة

<sup>18</sup> - صلاح الشولاني. الإدارة التسويقية الحديثة: المفهوم والاستراتيجية. الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 2000. ص 164

<sup>17</sup> - محمد فريد الصحن. للتسويق: المفاهيم والاستراتيجيات. مرجع سابق. ص ص 288-289



وقد تبين من الجداول الإحصائية المقارنة في أحد الدراسات الخاصة بتسويق خدمات المعلومات أن أغلبية أفراد عينة الدراسة مع ثبات القيمة الحالية لرسم الاشتراك بالمكتبات التابعة لجمعية الرعاية المتكاملة وذلك بنسبة 86.6%، أما الأقلية فتتقسم إلى فرقتين: فريق مع تخفيض قيمة الرسوم الحالية بنسبة 8.8%، وفريق مع زيادتها وهم يمثلون نسبة 4.6%.

كما تبين أن عنصر التسعير يحتل المركز الأول في التأثير على جذب المشتركين بالمكتبات التابعة لجمعية الرعاية المتكاملة بنسبة 86.6%، ويليه عنصر منافذ التوزيع بنسبة 14.4%، ثم عنصر تصميم المنتجات بمعدل نسبي 11.1%، وأخيراً عنصر الترويج بنسبة 6%، مما يؤكد على مدى تأثير عنصر "التسعير" في تسويق خدمات المعلومات بتلك المكتبات، وبالتالي على أعداد أعضاء المكتبات العامة والمستفيدين منها، ومما يجعل الباحث يدعو المسؤولين عن قرار تسعير خدمات المعلومات بالمكتبات لا سيما العامة منها- إلى مراعاة هذا العنصر ومراعاة مدى تناغمه مع باقي عناصر المزيج التسويقي، بالإضافة إلى مراعاة الظروف والتحويلات الاقتصادية التي تمر به بلادنا، وتأثير ذلك على مستوى الدخل للفرد ومدى القدرة على إشباع الحاجات الأساسية ومن حاجته للمعرفة، حيث نجد "أسباباً اقتصادية للقصور الواضح في معدلات القراءة لدى الأطفال، حيث إن القوة الشرائية لشريحة هريضة من المواطنين، منخفضة عموماً، وحتى في الأسر ذات الدخل المعلوم، فإن الكتب لا تزال لهم باعظة

الأساليب المناسبة لكثير من الشركات (المنظمات) الصناعية والخدمية .

2. التسعير على أساس الطلب: يعتبر الطلب على السلعة (أو الخدمة) أحد القوى الرئيسية التي تحدد سعر السلعة (أو الخدمة)، فبينما تضع التكاليف الحدود الدنيا للسعر الذي يمكن أن تباع به السلعة (أو الخدمة)، فإن مستوى الطلب يضع الحدود القصوى لما يستطيع المستهلك دفعه. والمعروف أن عملية التبادل -بين المنظمة والمستهلك تعتمد- على مدى الإشباع المتحقق بواسطة السلعة (أو الخدمة) للمستهلك، فإذا كان الإشباع المتوقع من السلعة (أو الخدمة) أقل من السعر المدفوع فإن عملية التبادل لن تتم، ولهذا فإن الطلب على السلعة (أو الخدمة) يعكس السعر الذي عنده يكون المستهلك مستعداً للحصول على السلعة (أو الخدمة)، والذي عنده تتساوى المنفعة المتحققة من السلعة (أو الخدمة) مع سعرها المعلن.

3. التسعير على أساس أسعار المنافسين: تقوم هذه الطريقة على أساس تحديد أسعار منتجات الشركة (أو المنظمة) بعد الأخذ في الاعتبار أسعار السوق لمواجهة المنافسة، وهناك ثلاثة بدائل مطروحة في هذا المجال: أ- التسعير في مستوى المنافسين. ب- التسعير أقل من مستوى المنافسين. ج- التسعير أعلى من مستوى المنافسين (19).

<sup>19</sup> - محمد فريد الصحن. التسويق: المفاهيم والنسب الفيجيات، مرجع سابق، ص 296-

3. مدخل الخصم بالدة: بمعنى أن تكون هناك عدة مستويات لرسوم الاشتراك ترتبط بالمدى الزمني الذي تقطعه، فيكون هناك اشتراك لمدة ثلاث سنوات وتكون تكلفته تعادل 250% من تكلفة الاشتراك السنوي، ومع وجود مستوى الاشتراك السنوي يضاف مستويين آخرين وهما مستوى الاشتراك السنوي وتكون تكلفته 75% من تكلفة الاشتراك السنوي ويصلح للفترة من أول شهر مايو حتى نهاية شهر سبتمبر، أما مستوى الاشتراك الدراسي فتكون تكلفته 50% من تكلفة الاشتراك السنوي ويصلح للفترة من أول أكتوبر حتى نهاية شهر إبريل.

4. المدخل الديموجرافي: بمعنى عمل شرائح مالية للرسوم وفقاً للخصائص الديموجرافية للمستفيدين من تلك المكتبات، بحيث تراعي هذه الشرائح الفوارق في حالة العمل (يعمل أو على المعاش)، والفوارق في الحالة الاجتماعية ومستوى الدخل، وذلك أسوة بما تم مراعاته حسب الحالة العمرية (أطفال: حتى 15 سنة، كبار: فوق 15 سنة).

الثمن. لذلك فإنهم لا يعطونها أولوية في قائمة مشترياتهم<sup>20</sup>.

وفي هذا السياق يقترح الباحث مجموعة من المدخل الإضافية لتسعير خدمات المعلومات بالمكتبات العامة :

1. مدخل المنافع المرتبطة بالخدمة: بمعنى أن تكون هناك مستويات سعرية متدرجة، بحيث يكون هناك سعراً لدخول المكتبة مع التمتع بخدمة واحدة أساسية وهي خدمة الإطلاع الداخلي على مقتنياتها، وأن يكون هناك سعراً لدخولها مع التمتع بخدمات الإطلاع والاستشارة الخارجية، وأن يكون هناك سعراً لدخولها والتمتع بجميع الخدمات والأنشطة .

2. مدخل الخصم بالكمية: بمعنى تقليل رسوم العضوية عند زيادة أعدادها، بحيث يتم محاسبة الفرد الواحد بالقيمة الكاملة للرسوم أو ما يمكن تسميته بالاشتراك الفردي، أما إذا كان رب أسرة فتتم محاسبته هو شخصياً بالقيمة الكاملة للرسوم ومحاسبة الأفراد المتنسبين إليه من الدرجة الأولى: الزوجة والأبناء- بنصف قيمة الرسوم الواجب دفعها لو كانوا فرادى، أي ما يمكن تسميته بالاشتراك العائلي وهذا النظام عملت به إحدى المكتبات العامة المصرية (مكتبة مبارك العامة بالجيزة) .

<sup>20</sup> - فقرة من نص خطاب لمييزة موزان مبارك بتاريخ 1991/5/23 بمناسبة إطلاق الحملة القومية للقراءة للجميع (الباحث)

## أمن المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات

أ. بشيرة أحمد صالح

مدرس مساعد، قسم المكتبات والمعلومات، جامعة عين شمس

المعلومات information management  
وخصوصية المعلومات information  
privacy، وتكامل وصحة البيانات data  
integrity، فعلى سبيل المثال، يحتوى أمن  
المعلومات في المكتبة على الأمن الشخصي  
personal security والسياسات  
policies والخطوات التي تتخذ للنسخ  
الاحتياطي الفعال effective backups،  
والتكامل المادي للتجهيزات المحسبة the  
physical integrity of computing  
facilities<sup>(3)</sup>.

وأمن المعلومات الفعال في المكتبات يجب أن  
يشتمل على :

1. اختيار وتعيين الموظفين للقيام بمهام أمن  
المعلومات .
2. تدريب كل الأشخاص (المستفيدين والموظفين)  
على إجراءات وقضايا أمن المعلومات .
3. السياسات الخاصة التي تعالج مسائل  
خصوصية أمن المعلومات information  
privacy، والأمن المادي للأجهزة  
physical security of  
equipment، وإجراءات أمن الحاسب  
الآلي computer security  
procedures، ومستويات الأمن المادي  
physical security plans .
4. مقاييس ومعايير تكامل وصحة البيانات  
data integrity measures .

شغلت قضية أمن المعلومات في الآونة الأخيرة  
اهتمام أفراد المجتمع والمتخصصين، والواقع أنه  
نتيجة لظهور تكنولوجيا الحاسبات الشخصية  
والخوادم servers والشبكات والأقراص المدمجة  
والاتصال عبر الإنترنت وتسويق المكتبة عبر صفحة  
الويب، أصبحت المكتبات ومراكز المعلومات تمتلك  
أفضل أجهزة الحاسب الآلي Computers  
وأكبر أجهزة الخادم Servers كما أنه أصبح  
مطلوباً من المكتبات جمع معلومات شخصية عن  
المستفيدين من المكتبة، بالإضافة إلى أن النظم  
الآلية المتكاملة للمكتبات Integrated  
Library System ومواقع الويب Web  
Sites تعد مخازن مركزية ضخمة تحتوي على  
معلومات شخصية عن المستفيد والمعلومات البحثية  
التي قام بها واهتماماته القرائية<sup>(1)</sup>، وهي لم  
تختلف في ذلك عن بقية مؤسسات المجتمع .

والواقع أن الحرص على أمن المعلومات ليس  
بالموضوع الجديد على المكتبات، فقد كانت  
المكتبات ولا زالت تحمي مجموعاتنا بأساليب  
متعددة تتمثل في إجراءات الصيانة، والتجليد،  
والترميم، وكذلك باستخدام النظم الأمنية التي  
تكفل حماية مجموعاتنا، مثل: التشفير، وأنظمة  
جدران النار، وبرامج مضادات الفيروسات،  
والنسخ الاحتياطي<sup>(2)</sup>.

إن أمن المعلومات ليس مجرد أمن الحاسب الآلي.  
إذ إن أمن الحاسب الآلي computer  
security يرتبط بتأمين أو أمن النظم المحسبة  
وهد الاستخدام والوصول غير المرغوب للمعلومات،  
وأمن المعلومات أيضاً يحتوي على قضايا مثل إدارة

المجموعة الأولى: جرائم تقع على الحاسب الآلي والإنترنت .

الجرائم التي تقع على الحاسب الآلي والإنترنت هي الجرائم التي يكون فيها الحاسب الآلي وشبكة الإنترنت هدف المجرم، وهي ذاتها محل الاعتداء. ومن هذه الجرائم :

### 1) جرائم الاختراقات Hacking

الاختراق هو الدخول غير المصرح به إلى أجهزة الحاسب الآلي وشبكات المعلومات، وذلك اعتماداً على برامج الاختراق المتوفرة على شبكة الإنترنت، ويستهدف الاختراق بالدرجة الأولى نظم المعلومات (الحاسب الآلي، والشبكات بصفة عامة وشبكة الإنترنت بصفة خاصة) التي تنتقل إلى الأمن أو تشتمل على الثغرات الأمنية في نظم الحماية الخاصة بها. وتختلف أهداف جرائم الاختراقات ما بين تدمير المواقع على الإنترنت، واختراق المواقع الرسمية والشخصية والتحرير فيها، والاقتراب والدخول عنوة إلى نظام المعلومات للوصول إلى ملفات البيانات لتغيير أو تعديل أو مسح أو تخريب أو سرقة معلومات معينة، أو استخدام النظام في أغراض غير مشروعة، مثل: تخزين البرمجيات التي يحصل عليها الفرد من طريق القرصنة والدخول إلى شبكات الهواتف بأنواعها لاستغلال الموارد المتاحة فيها، وكسر شفرات البرمجيات التطبيقية المحمية أو الملفات المشفرة، ونشر الفيروسات لإحداث خلل في أداء نظام المعلومات، واختراق البريد الإلكتروني للآخرين أو الاستيلاء عليه أو إفراقه، والاستيلاء على اشتراكات الآخرين وأرقامهم السرية<sup>(١)</sup>.

### 2) الفيروسات Viruses

والفيروس هو " عبارة عن برنامج حاسب آلي مثل أي برنامج تطبيقي آخر، ولكن يتم تصميمه بواسطة أحد المخربين بهدف محدد، هو إحداث

5. مستويات الوصول إلى البيانات أو الأجهزة، ومراقبة الأشكال المختلفة من الوصول إلى المعلومات<sup>(٢)</sup>.

وأمن المعلومات يتكون من ثلاثة عناصر أساسية، وهي :

1. درجة السرية المتعلقة بمعلومات معينة أو وثائق تتطلب حماية Confidentiality: وتعني التأكد من أن المعلومات لا تكشف ولا يطلع عليها من قبل أشخاص غير مخولين بذلك .

2. أمن وسلامة واكتمال المعلومات والبيانات Integrity: فالتأكد من أن محتوى المعلومات صحيح ولم يتم تعديله أو العبث به، وبشكل خاص يؤدي إلى عدم تدمير المحتوى أو تفرقه أو العبث به في أية مرحلة من مراحل المعالجة أو التبادل سواء في مرحلة التعامل الداخلي مع المعلومات أو عن طريق تدخل غير مشروع .

3. إتاحة المعلومات أو إمكانية الحصول عليها Availability: أي التأكد من استمرار عمل نظام المعلومات، وقدرته على التفاعل مع المعلومات وتقديم الخدمة للمستخدم، وأنه لن يتعرض إلى منع استخدامه للمعلومات أو دخوله إليها.

وهذه العناصر الثلاثة هي التي تؤلف برامج الأمن الفعالة لحماية معلومات المكتبة ومواردها، والإعداد الفني، والدخلات والمخرجات، والتي تكون متاحة عندما يحتاج إليها المستخدمون المرخص لهم بالاستخدام<sup>(٣)</sup>.

أهم صور جرائم الحاسب الآلي والشبكات :

ومن الممكن تقسيم المخاطر أو الجرائم التي تتعرض لها نظم المعلومات إلى مجموعتين أساسيتين :

من مجموع الفيروسات تكون منقولة عن طريق الإنترنت، مع ملاحظة أن هذه الفيروسات تتغير باستمرار، فتقترب بعض الفيروسات من بعضها وتتشابه وتظهر أنواع جديدة<sup>(9)</sup>. ومن أخطر وأشهر الفيروسات في تاريخ شبكات الحاسب الآلي<sup>(10)</sup>:

1. فيروس الشفرة الحمراء Code Red  
ضرب شبكة الإنترنت في عام 2001 وأحدث الكثير من الخسائر.

2. فيروس جرثومة الحب Love bug أسرع الفيروسات انتشاراً عبر التاريخ، وكان مكتوباً بلغة (VB script) واستغل برنامج البريد الإلكتروني (Outlook) لانتشار. وقدرت خسائره بمبلغ 10 بلايين دولار.

3. فيروس ملهسا ثاني أسرع الفيروسات انتشاراً عبر التاريخ واستخدم في انتشاره البريد الإلكتروني، وقد أصاب أكثر من 1.2 مليون جهاز حاسب آلي خلال ساعات قليلة.

وهناك برامج أخرى مصممة لإلحاق الأذى بالحاسبات، ويطلق عليها أيضاً مصطلح فيروس على الرغم من أنها لا تستطيع نسخ نفسها، ومنها ما يأتي:

#### أ. حصان طروادة Trojan Horse

نسبة للأسطورة الإغريقية الواردة في ملحمة الأوديسا لهوميروس<sup>(11)</sup>. وتعتمد برامج أحصنة طروادة على المبدأ ذاته، فهي تختفي ضمن برامج يبدو مظهرها بريئاً، وعندما يشغل المستخدم واحداً من هذه البرامج، ينشط الجزء الماكر ويقوم بعمل معين مصمم له. وتختلف أحصنة طروادة عن الفيروسات العادية، في أنها لا تعيد إنتاج نفسها<sup>(12)</sup>.

وحصان طروادة هو برنامج غير مرخص unauthorized متضمن في برنامج شرعي legitimate، ويقوم البرنامج غير المرخص

أكبر ضرر ممكن بنظام الحاسب الآلي، ولتنفيذ ذلك يتم إعطاؤه القدرة على ربط نفسه بالبرامج الأخرى، وكذلك إعادة إنشاء نفسه حتى يبدو كأنه يتكاثر ويتولد ذاتياً، مما يتيح له القدرة على الانتشار بين برامج الحاسب المختلفة، وكذلك بين مواقع مختلفة في ذاكرة الحاسب الآلي حتى يحقق أهدافه التدميرية<sup>(7)</sup>.

والفيروسات لا تظهر صدفة، بل يكتبها مبرمجون ذوو مهارات عالية عادة، ثم يجنون طريقة لنشرها في أجهزة المستخدمين الغافلين عنها. وكلما أصبحت برامج مكافحة الفيروسات أقوى، زاد المبرمجون من جهودهم لتطوير فيروسات أدكى، للتحايل عليها. والهدف من تطوير الفيروسات، بالنسبة للكثير من مؤلفيها، ليس أكثر من التحدي، والرغبة في إثبات تفوقهم، بينما هو للبعض الآخر تلذذ بثأرة حميرة الآخرين وشكوكهم في الحاسب الآلي، أو إزعاجهم، وحتى إيذائهم، وهذا أمر سيئ جداً، إذ يمكنهم أن يجنوا أموالاً طائلة، إذا وجهوا مواهبهم لمساعدة الشركات. وقد لا يتجاوز تأثير الفيروس بعد انتشاره أداء عمل غير ضار مثل ترك رسائل غير مرغوبة، أو تدمير مساحات تخزين على القرص، وجزء من ذاكرة الحاسب الآلي، كما يشغل جزءاً من طاقة المعالج، ومن ثم فهو يؤثر على سرعة وكفاءة الجهاز، ومسح أو تدمير البيانات، وإعادة تهيئة الأقراص الصلبة. والفيروسات تنتشر في المقام الأول عن طريق الأقراص المرنة، أو البرامج المنقولة عبر الشبكات (ومن بينها الإنترنت)، كجزء من برنامج تركيب نسخة تجريبية من تطبيق معين، أو ماكرو لأحد التطبيقات الشهيرة، أو كملف مرفق (attachment) برسالة بريد إلكتروني<sup>(8)</sup>.

ويقدر مكافي MCAFEE، وهو من أهم بائني البرمجيات المضادة للفيروسات، أن حوالي 70%

وقت وتاريخ محددين، مثل إظهار رسائل معينة على الشاشة (فيمكن برمجة قبيلة مثلاً، لمسح كافة الملفات ذات الامتداد .DOC من على القرص الصلب، عشية رأس السنة الميلادية، أو لعرض رسالة على الشاشة، في اليوم المصادف لميلاد شخصية مشهورة)، أو مسح نظام المعلومات نفسه. وليس التوقيت فقط هو المقياس الوحيد لهذه القنابل الموقوتة، فهذه القنابل قد تبدأ بالعمل عند تشغيل برنامج معين لعدد محدد من المرات<sup>(17)</sup>.

### ج. الديدان Worms

لا تحتاج الدودة إلى برنامج آخر تلتصق به للقيام بدورها كما هو الحال بالنسبة للفيروس، فهي عبارة عن برنامج قائم بذاته ويوجد بشكل مستقل عن أي برنامج آخر، ولديها القدرة على نسخ نفسها والانتقال من ملف إلى آخر، ومن جهاز إلى آخر متصل بالشبكة. وهذه الديدان لا تكون مدمرة، ولكن لديها ميول عنوانية، مثل استهلاك الذاكرة أو المعالج أو الأقراص أو سائر موارد الحاسب مما يؤدي إلى زيادة عبء على تحميل الشبكة، ومن ثم توقف النظام<sup>(18)</sup>.

### ط. الكوكيز cookies

الكوكيز عبارة عن ملفات نصية تضعها معظم مواقع الويب عندما يتم زيارتها لأول مرة على القرص الصلب الخاص بجهاز الحاسب الآلي المستخدم، وتحتوي هذه الملفات النصية (الكوكيز) على معلومات عن الشخص أثناء تصفحه لمواقع الويب المزارة، مثل عنوان IP الخاص به، ونوع المتصفح الذي يستخدمه، ونظام التشغيل مما يعد انتهاكاً لخصوصية المستخدم، كما تتيح للموقع الذي أودعها أن يسترجمها عند الحاجة، أو عند زيارة الشخص للموقع مرة أخرى<sup>(19)</sup>. ومع أنها وسيلة اتهمت ابتداء لفرض غير جرمي وهو إرسال بريد إلكتروني من الشركات التجارية في إطار

بجملة من الأنشطة غير المشروعة التي لا يريدها المستخدم، مثل: سرقة كلمة المرور، واستنساخ الملفات أو إلغاؤها دون علم المستخدم، والتجسس ومتابعة كل ما يتم عمله من إجراءات، وتقوم أحياناً بنوع آخر من الأذى على الأجهزة المصابة، مثل تشفير البيانات، أو التعريض والتشهير بنظام المعلومات من خلال كشف أسراره<sup>(13)</sup>.

ولا يمكن لحصان طروادة أن ينسخ نفسه والالتصاق بالبرامج الأخرى، ولكنه يؤدي عملاً معيناً تم تصميمه من أجله، فهو يقوم بإداء أعمالٍ عادية توحى للمستخدم بأنه يقوم بعمل معين في حين أنه في واقع الأمر يؤدي عملاً آخر تخريبياً في الغالب<sup>(14)</sup>.

والإصابة بهذا النوع من الفيروسات لا يتم إلا عن طريق استلام ملف يحوى هذه الآلة، ويتم إعداده بواسطة مبرمج متخصص، وليس هناك احتمال لنشوء حصان طروادة نتيجة لعملية طباعة عشوائية يقوم بها المستخدم على الحاسب الآلي حتى لو استمرت هذه العملية بضعة أيام<sup>(15)</sup>.

وتكمن خطورة حصان طروادة في صعوبة تحديد مستوى الاختراق الذي حققه في النظام، الأمر الذي يورث إدارة النظام قلقاً مستمراً حتى بعد اكتشافه، لصعوبة تحديد حجم الاختراق، والمدى الذي ستمتد عليه تأثيراته.

### ب. القنابل المنطقية Logic Bombs

#### و. القنابل الموقوتة Time Bombs

القنابل المنطقية هي من أنواع أحصنة طروادة، وتعمل عند حدوث شرط منطقي محدد، مثل: وصول الموظفين لعدد معين، أو رفع اسم أحد الموظفين من كشف الرواتب، أو كتابة كلمة معينة<sup>(16)</sup>.

أما القنابل الموقوتة فهي أيضاً من أنواع حصان طروادة، وتقوم بتنفيذ مجموعة من التعليمات في

البيانات عن الأشخاص. وهذه المعلومات مثل: الاسم، العنوان، رقم التليفون، المرتب، التأمين الصحي، عادات الأكل إلى آخر ذلك<sup>(21)</sup>.

### 3) قرصنة البرامج والشبكات Software and Network Piracy

قرصنة البرامج software piracy هي نسخ برامج الحاسب الآلي التي تتمتع بحق النشر أو التأليف دون تفويض أو ترخيص. وهناك أساليب عديدة لنسخ هذه البرامج، منها: نسخ برنامج من قرص من قرص آخر، أو تحميل البرنامج على جهاز الكمبيوتر من على شبكة الإنترنت وعمل نسخة منه<sup>(22)</sup>.

أما قرصنة الشبكة network piracy فهي توزيع المواد التي تتمتع بحق النشر والتأليف في صورة تسجيلات رقمية عبر شبكة الإنترنت دون الحصول على ترخيص بذلك<sup>(23)</sup>.

4) الانتهاكات التي تتعرض لها نظم المعلومات من خلال الأشخاص :

#### أ. الموظفون

يعد الموظفون من العناصر الأساسية التي قد تؤدي إلى تهديد أمن المعلومات بالمكتبة وإلحاق الضرر بها، سواء بشكل مقصود نتيجة لدافع معين (الرغبة في الإساءة للمكتبة، الكراهية، اللل، الطمع، أو الرغبة في التحدي)، أو بشكل غير مقصود، فبعض الموظفين قد لا يكونون على المستوى الفني المطلوب، ومن ثم فقد يتسببون في تدمير البيانات في النظام دون قصد<sup>(24)</sup>.

وقد يرتكب الموظفون أخطاءً فاحشة وساذجة، وتزد في الوقت نفسه إلى كوارث معلوماتية، ومن تلك الأخطاء<sup>(25)</sup>:

1. تعليق كلمات المرور: فكثيراً ما يقوم المستخدمون بتدمير كل إجراءات أمن المعلومات بملصق كلمات المرور على مقدمة

أنشطتها الدعائية، إلا أن ذلك لا يمنع أنها تمثل كشفاً عن بيانات قد لا يرغب الشخص في الكشف عنها. فشركة مثل دبل كلوك Double click استخدمت ما حصلت عليه من رسائل الكوكيز لتحديد أهداف وجهة خطط الإعلان على الخط إن ملفات الكوكيز، وبعبارة أخرى فوائدها، مثلت وسيلة مهمة لملاحقة واقتفاء أثر المستخدمين وجمع المعلومات عنهم وتحليلها لغايات الإعلان ولغايات الدراسات التسويقية على الخط. ولم تكن هذه المعلومات مهددة عن الاستغلال في أغراض غير مشروعة أو على الأقل لا علم لصاحبها بها ولم تتح له خيارات هذه الاستخدام أو رفضه<sup>(26)</sup>.

ويستطيع متصفح الإنترنت internet browser تخزين ملفات الكوكيز تلقائياً ومع ذلك يمكن أن تختار رفض تخزين بعض ملفات الكوكيز أو أن يطلب موافقتك قبل أن يحفظ أي كوكيز على القرص الصلب، من خلال تعديل الأفضليات في المتصفح. ومع ذلك إذا رفض المتصفح تخزين ملفات الكوكيز قد لا تتوفر بعض مزايا الموقع لك، وقد لا تعرض بعض صفحات الموقع بشكل ملائم. ويهدف الكوكيز إلى جمع بعض المعلومات عن المستخدم وكيفية استخدامه لجهاز الحاسب الآلي، فعلى سبيل المثال يستطيع الكوكيز تسجيل قائمة بمواقع الويب المزارة من خلال الحاسب الآلي، ويمكن استخدام الكوكيز في الإعلان المباشر للزبائن المحتملين، ومعرفة كلمة السر الخاصة بالمستخدم في حالة المواقع التي تتطلب إدخال كلمة مرور للتصريح للمستخدم بزيارة الموقع، أيضاً يمكن استخدام الكوكيز في تجميع معلومات شخصية عن المستخدمين من خلال سجلات استخدام الإنترنت records of internet use، وإعداد نسخة أخرى من البيانات العامة والخاصة الموجودة في قاعدة

7. الفصل في مراقبة الموظفين: لأنهم أعلم بأوجه الضرر أكثر من غيرهم .

8. البطة في مواكبة المستجدات: فالجريمة بشكل عام، وجرائم المعلومات بشكل خاص في تطور مستمر، وهي في أغلب الأحيان تسبق وسائل الأمن والحماية، لذا ينبغي تحديث وسائل وسياسات أمن المعلومات بشكل دائم .

ووفقا للدراسات الخاصة بمجال العمل فإن معظم المشكلات الأخلاقية *ethical problems* متعلقة بالأشخاص المتخصصين في المهنة ، إذ إن المهنيين *professional* يؤدون دوراً مفتاحياً في أي مهنة. كما أن الغالبية العظمى من هذه المشكلات تكون بين الأطباء *doctors* والمحامين *lawyers*. ولذلك فإن العديد من المهن خاصة التي تتطلب مهارة واحترافاً من الأشخاص المشتغلين بالمهنة تمتلك تشريعات خاصة بها *professional codes* وهذه التشريعات تقوم بشطب وتعديل سلوكيات وأنشطة أهل المهنة الواحدة. لأن أهداف وإخلاص العاملين في المهنة الواحدة لا تكون واحدة تجاه المستفيدين أو العملاء. فعلى سبيل المثال، تنص التشريعات في مجال الطب على أنه من الضروري حصول الطبيب على موافقة كتابية من المريض قبل أن يجري العملية الجراحية. أما في مجال المكتبات والمعلومات، فإن العلاقة ما بين أمين المكتبة والمستفيدين تكون عبارة عن عقد أو اتفاقية أو دفاع عن الثقة، وهذا العقد لا يعتمد فقط على مساعدة المستفيد في الوصول إلى المعلومات التي يحتاج إليها واتخاذ القرار، فإنه يمتد أيضاً إلى المحافظة على المعلومات الشخصية للمستفيدين وحماية خصوصيتهم وعدم الكشف عن أي معلومات عنهم إلا بعد الحصول على موافقتهم<sup>26</sup>.

شاشة الحاسب، أو على سطح المكتب، حيث يمكنهم رؤيتها بسهولة، هم وكل من حولهم، ثقة منهم فيهم أو لأي سبب آخر، وقد أثبتت دراسة حديثة أن 20% من موظفي تكنولوجيا أمن المعلومات يفعلون ذلك .

2. ترك الجهاز مفتوحاً: والاعتماد منه للحظات أو لمدة من الوقت، وهو ما يسهل مهمة السارق في حصوله على كلمة المرور، وبخاصة إذا كان خبيراً بما يعمل أو علمياً بما يريد .

3. فتح مرفقات البريد الإلكتروني: فالبعض لا يكلف نفسه عناء التذكير فيما ورد إليه من رسائل .

4. اختيار كلمة مرور سيئة: وهذا ما يخيف خبراء أمن المعلومات؛ إذ يمكن للمقرئين التكهّن بهذه الكلمة التي ترتبط باسم الابن، أو فريق الكرة، وكلما طالت الكلمة وتعددت كان التكهّن بها أصعب أو مستحيلاً، ولاختيار كلمة المرور قواعد يحسن أن تقوم المؤسسات باتباعها .

5. الثروة: كأن يجلس الشخص ويقول: لقد غيرت كلمة المرور إلى كذا، أو أضفت كذا، أو حذفته كذا، ولا يدري أنه قد يكون هناك من يتلطف هذه المعلومة ويسهم مباشرة أو بطريقة غير مباشرة في مخاطر جمة .

6. تجاهل سياسة أمن المعلومات: فمعها كانت هذه السياسة جيدة، فإن إهمالها يتساوى مع عدم وجودها، فهناك من العاملين من لا يقتنع بهذه القواعد، ويرى أن لديه الأسباب الوجيهة لإهمالها، فمثلاً قد يعطل بعضهم برامج الكشف عن الفيروسات، لأنها تبطل من سرعة الجهاز .



أفكاره ونشرها والتعبير عنها بحرية، أما مصطلح الدعارة Obscenity فهو لا يتمتع بحماية التعديل الأول للدستور الأمريكي the First Amendment خاصة عندما يتعلق الأمر بإفراء أو إكراه الأطفال على المشاركة في أي نشاطات جنسية غير قانونية، واستغلال الأطفال لأغراض الدعارة أو في العروض أو في المواد الإباحية<sup>(28)</sup>.

## 2. جرائم الابتزاز والقتل وتشويه السمعة Defamation

تهدف جرائم القتل وتشويه السمعة إلى إبراز سلبيات المستهدف ونشر أسرارها التي قد يتم الحصول عليها بطريقة غير مشروعة بعد الدخول على جهازه، خاصة أن غالبية مستخدمي شبكة الإنترنت لا يكونون على قدر كبير من الحذر والحرس أثناء وجودهم على الشبكة، أو بالافتراء عليه بأخبار غير صحيحة بهدف الإساءة إلى أو تشويه سمعة الشخص<sup>(29)</sup>. ومن أمثلة هذه الجرائم القضية رقم 6692 إداري شبرا الخيمة، حيث قدمت النيابة العامة المتهمة للمحاكمة بالتهمة الآتية، أولاً: قذف المجني عليها علانية من خلال البريد الإلكتروني بعبارات خادشة لشرفها وهي عبارات تضمنتها وحوثها إحدى عشرة رسالة أرسلها إليها المتهمة باستخدام الإنترنت. ثانياً: تعدد المتهمة مضايقة المجني عليها، حيث تضررت المجني عليها من قيام المتهمة بإرسال رسائل إليها بطريق البريد الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت على عنوان البريد الإلكتروني الخاص بعملها تضمنت عبارات سب وقذف وتشهير بها وإرسال صور فاضحة مخلة بالآداب العامة وخادشة للحياة،

## ب. المستفيدين

لا بد من تدريب المستفيدين ومستخدمي النظام بشكل كافٍ فقد يعتمد بعض المستفيدين إلحاق الضرر بالنظام، وذلك بعمل الفيروسات، أو إلحاق الضرر بالأجهزة، وقد يكون الدافع لذلك هو تحدي الإجراءات الأمنية المتشددة التي تتبع ضدهم، ومن ثم لا بد من توعية المستفيدين بالأسباب التي تدعو إلى استخدام كلمات المرور، والخروج من النظام log off بطريقة سليمة، وضرورة عمل مسح للأقراص المرنة في حالة جلبها معهم للتأكد من خلوها من الفيروسات<sup>(27)</sup>.

## المجموعة الثانية: جرائم تقع بواسطة الحاسب الآلي والإنترنت

إن الجرائم التي تقع بواسطة الحاسب الآلي والإنترنت، أو بمعنى آخر الجرائم التي وسيلتها الحاسب الآلي والإنترنت، هي تلك الأفعال التي تتخذ من شبكة الإنترنت وسيلة لارتكابها، من أجل سلب قيمة مادية أو أدبية أو اجتماعية تتجاوز حدود جهاز الحاسب الآلي وشبكة الإنترنت ومنها:

### 1. المواد الإباحية Pornography

المواد الإباحية هي عبارة عن صور وكتابات وأي مواد أخرى ذات طابع جنسي وتكون في متناول الجميع على شبكة الإنترنت، وتعد صناعة ونشر الإباحية جريمة في العديد من الدول إلا أننا نجد أن مصطلح المواد الإباحية Pornography يتمتع بالحماية القانونية من خلال التعديل الأول للدستور الأمريكي the First Amendment الذي يقفأسي أحياناً من إباحية الكبار يدعوى الحق في حماية الخصوصية Right of Privacy وحق الفرد في بث

ولا يقتصر الأمر على المعلومات الموجودة في الحاسب الآلي الخاص بالفرد بل يمتد إلى المعلومات الشخصية الموجودة على الإنترنت، فأنت عند اتصالك بأي موقع على الإنترنت فيما أن يترك هذا الموقع على جهازك بعض الملفات الصغيرة (Cookies) أو يحصل منك، سواء برضيتك أو دون أن تدري على الكثير من المعلومات المسجلة في حاسبك الشخصي<sup>34</sup>. فبمجرد الدخول إلى صفحة الموقع فإن معلومات معينة تتوفر عن المستخدم وهي ما يعرف بمعلومات رأس الصفحة (Header Information) وهي التي يزودها الحاسب الآلي المستخدم للحاسب الآلي الخادم الذي يستضيف مواقع الإنترنت، وهذه المعلومات قد تتضمن: عنوان بروتوكول الإنترنت للمستخدم (IP) ومن خلاله يمكن تحديد اسم النطاق وتبعا له تحديد اسم الشركة أو الجهة التي قامت بتسجيل النطاق عن طريق نظام أسماء المنظمات وتحديد موقعها والمعلومات الأساسية عن المتصفح ونظام التشغيل وتجهيزات النظام المادية المستخدمة من قبل المستخدم، ووقت وتاريخ زيارة الموقع ومواقع الإنترنت وعنوان الصفحات السابقة التي زارها المستخدم من قبل دخوله الصفحة في كل زيارة. وقد تتضمن أيضا معلومات محرك البحث الذي استخدمه المستخدم للوصول إلى الصفحة. وتبعا لنوع المتصفح قد يظهر عنوان البريد الإلكتروني للمستخدم<sup>35</sup>.

وإن تلك الرسائل علم بها كافة زملائها بالعمل مما سبب لها أضرارا معنوية كبيرة، وأنه بضبطه وضبط الجهاز المستخدم أقر بارتكابه للواقعة بقصد التشهير بها<sup>30</sup>.

أما عمليات الابتزاز فهي قد ترتكب من جانب موظفي المؤسسة أو المكتبة الحاليين أو السابقين أو المؤقتين، كما قد ترتكب من جانب المستفيدين أو الموظفين كذلك، إذ تجمع حالات عدم الرضا الوظيفي بعض الموظفين على ارتكاب هذا النوع من الجرائم خاصة عند قيام المؤسسة أو المكتبة بفصل بعضهم خلال إجراءات تخفيض العمالة مثلا<sup>31</sup>. ومن أمثلة هذه الجرائم قيام موظف يقسم المعلومات بهيئة المصل واللقاح بإنشاء موقعين عبر الإنترنت مستخدما البريد الإلكتروني لهما وهما يحملان الاسم التجاري للهيئة على شبكة الإنترنت وأرسل إلى الشركات العالمية والمتعاملين مع الهيئة ووكلائها في مصر والخارج رسائل تتضمن سبا وقذفا وتشهير بالشركة وتخوفا من منتجاتها وخاصة الأنسولين والمستحضرات الأخرى، وتم التقيض عليه ولقد اعترف بارتكابه الواقعة بسبب تأخير صرف المكافأة 15 يوما، وسوء معاملة المسؤولين له<sup>32</sup>.

### 3) انتهاك الخصوصية

الخصوصية الفردية هي حق الفرد في حجب معلوماته الشخصية عن الآخرين. ويعد التطفل على مكتب شخص آخر أو منزله أو جهاز الحاسب الشخصي الخاص به والاطلاع فقط على ما به من بيانات أو حتى أفكاره يعد انتهاكا لهذه الخصوصية<sup>33</sup>.

## الراجع :

8. Boss, R.W. Security technologies for libraries: policy concerns and a survey of available products.- library technology reports.- v.35,n.3 (1999).- p.337
9. Ibid.- p.337 .
10. حسن طاهر داود. أمن شبكات المعلومات. - معهد الإدارة العامة: الرياض، 2004. - ص 170 .
11. حيث ترك الجيش الإفريقي حصاناً خشبياً ضخماً، كهدية لسكان طروادة، وكان يختبئ ضمنه مجموعة من الجنود الأشداء، بعد أن تظاهروا بإنهاء الحصار الطويل، وعندما رحل الجيش وأدخل السكان الحصان إلى داخل أسوار المدينة، خرج الجنود منه وانتفضوا على الحامية، وسقطت المدينة في أيدي الإغريق .
12. حسن مطر الرزق. الأمن المعلوماتي العربي: معالجة أولية. - مرجع سابق. - ص 90 .
13. نفس المرجع السابق والصفحة .
14. فائق سعيد باملح. حماية أمن المعلومات في شبكة المكتبات بجامعة أم القرى: دراسة حالة. - مرجع سابق. - ص 260 .
15. حسن مطر الرزق. الأمن المعلوماتي العربي: معالجة أولية. - مرجع سابق. - ص 90 .
16. فائق سعيد باملح. حماية أمن المعلومات في شبكة المكتبات بجامعة أم القرى: دراسة حالة. - مرجع سابق. - ص 260 .
17. أخرف الغنيمي ؛ إعداد ومراجعة خالد العامري. - نظم الحماية من قرصنة الكمبيوتر. - ط1. - دار الفاروق للنشر والتوزيع، 1998. - ص 48 .
18. فائق سعيد باملح. حماية أمن المعلومات في شبكة المكتبات بجامعة أم القرى: دراسة حالة. - مرجع سابق. - ص 260 .
1. Fifarek, Aimee. Technology and privacy in the academic library - Online Information Review .- v.26 , n.6 (2002) .- p.366 .
2. فائق سعيد باملح. حماية أمن المعلومات في شبكة المكتبات بجامعة أم القرى: دراسة حالة. - الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات - مج 9، ع 18 (يوليو 2002). - ص 249 .
3. Gregory, B. Newby. Information security for libraries .- p.1 .- available at: <http://www.petascale.org/papers/library-security.pdf>
4. Ibid .- p. 2 .
5. Peltier, Thomas R. "Implementing an information security awareness program". Information Systems Security.- v.14, n.2(May/Jun2005).- p.38
6. Thompson , D. Computer crime the improvement of investigative skills .- National pp. 6- 11.
7. نادية أمين محمد علي. الفيروسات وطرق الوقاية منها كوسيلة لأمن البيانات. في: المؤتمر الدولي حول أمن المعلومات "تحو تعامل رقمي آمن" 18-20/12/2005. - مسقط- سلطنة عمان: المنظمة العربية للتنمية الإدارية جامعة الدول العربية، بلدية مسقط سلطنة عمان، 2005. - ص 205 .

28. Nelson, Norman. Legal and liability issues related to internet access .- Library Administration & Management .- v.15 , n.1 .- pp.14- 15 .
29. Eisenschitz, Tamara. Internet law and information policy .- Aslib Proceedings .- v.50 , n.9 (October 1998) .- pp. 268- 269 .
30. محمد محمد الألفي. جرائم التجمس والإرهاب الإلكتروني عبر الإنترنت .  
<http://www.eapiic.org/PortalArabic/Portals/0/Studies/MEIalfy3.pdf>
31. حسن طاهر داود. جرائم نظم المعلومات .- مرجع سابق .- ص 49 .
32. محمد محمد الألفي. أهم صور جرائم الإنترنت .- مرجع سابق .
33. حسن طاهر داود. جرائم نظم المعلومات .- مرجع سابق .- ص 50 .
34. حسن طاهر داود. جرائم نظم المعلومات .- مرجع سابق .- ص 50- 51 .
35. سيف عبد الله الجابري. أمن المعلومات والخصوصية الفردية .- مرجع سابق .- ص 247 .
19. Computer intrusions and attacks .- The Electronic Library .- v.17 , n2 (April 1999) .- pp. 116- 117 .
20. سيف عبد الله الجابري. أمن المعلومات والخصوصية الفردية. في المؤتمر الدولي حول أمن المعلومات "تحو تعامل رقمي آمن" 18-20/12/2005 .- مسقط- سلطنة عمان: المنظمة العربية للتنمية الإدارية جامعة الدول العربية ، بلدية مسقط سلطنة عمان، 2005 .- ص 248 .
21. Computer intrusions and attacks .- The Electronic Library .- v.17 , n2 (April 1999) .- pp. 116- 117 .
22. شريف درويش اللبان. تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية .- ط 1 .- القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2000 .- ص 205 .
23. المرجع السابق .- ص 206 .
24. فائق سعيد بامفلح. حماية أمن المعلومات في شبكة المكتبات بجامعة أم القرى: دراسة حالة .- مرجع سابق .- ص 264 .
25. علي بن فسيان الرشيد. المدوان على البيئة المعلوماتية خطورته ومواجهته .- مجلة كلية الملك خالد العسكرية .- ع 81 (مايو 2005) .- مطبع في:  
<http://www.kkmaq.gov.sa/Detail.asp?InNewsItemID=164260>
26. Hannabuss, Stuart. Teaching library and information ethics .- Library Management .- v.17 , n.2 (1996) .- pp.27 28 .
27. فائق سعيد بامفلح. حماية أمن المعلومات في شبكة المكتبات بجامعة أم القرى: دراسة حالة .- مرجع سابق .- ص 264 .

## شبكة المعلومات الدولية مصدراً لمعلومات الأطباء

أ. نجوى شكري

معيدة بقسم المكتبات والمعلومات

كلية الآداب جامعة عين شمس

تلبية وتشجيع حاجة الأطباء وغيرهم. بالإضافة إلى ذلك فإن شبكة الإنترنت يمكنها المساهمة في تحسين صورة المكتبة الطبية، وذلك بإعطائها أبعاد جديدة وإمكانيات حديثة تضفي عليها المزيد من الأهمية لدى المجتمع الطبي من أطباء وممرضين وإداريين وغيرهم.

فلقد أصبح الإنترنت مصدراً يمكن استخدامه واستشارته مثل أي أداة مرجعية أخرى، كما تعتبر مصدراً ديناميكياً ذو آفاق وحدود أبعد من أي مصدر آخر في المكتبة، فهي وسيلة اتصال توسع من التفاعل المحتمل ما بين الأطباء والأطباء الآخرين وما بينهم وبين مرضاهم أيضاً فيما وراء الحدود المادية للمكتبة، وبطرق جديدة غير مألوفة، وكذلك هي وسيلة الاتصال الأقل تكلفة والأكثر سرعة مقارنة بمراصد البيانات المتاحة على الخط المباشر أو السقوافر على الأقراص المدمجة. وتعمل الإنترنت على الارتقاء بخدمة تسليم الوثائق. بالإضافة إلى ذلك فإنها تقدم

أحدثت شبكة الإنترنت الدولية ثورة في مجال المعلومات بصفة عامة والمعلومات الطبية بصفة خاصة، واحتلت في السنوات الأخيرة مكانة مرموقة كمورد أساسي للمعلومات الطبية بالنسبة للأطباء حيث إنها بالإضافة إلى كونها مصدراً خاصاً ومتجداً للمعلومات الطبية، يمكنها توفير الوقت وسرعة الاستجابة بأقل جهد، هذا بالإضافة إلى إمكانية النفاذ إليها من أي مكان، سواء كان ذلك من خلال العمل أو البيت .

وشبكة الإنترنت تستخدم الآن في معظم الدول المتقدمة على نطاق واسع من جانب العديد من المؤسسات الطبية على اختلاف أنواعها (العلاجية، والتعليمية، والبحثية) وكان من نتيجة استخدام هذه الشبكة على نطاق واسع استفادة هذه المؤسسات وباطيع الأطباء أيضاً من المشاركة في المصادر العلمية الطبية العالمية بتكاليف معقولة، والاستفادة من الخدمات المتطورة التي توفرها الشبكة والتي بإمكانها أن

هذا إلى جانب العديد من الصفحات الخاصة  
بالعناية الطبية وكذلك المواضيع القانونية الطبية.  
وإمكانية الوصول للهيئات الوطنية الطبية التابعة  
للدولة، والهيئات الطبية الحكومية والشركات  
الطبية، والمعلومات القانونية الطبية. ويتيح أيضا  
النفوذ إلى المنظمات والهيئات الطبية والبرامج  
التعليمية الطبية والأبحاث القانونية الطبية  
بالإضافة إلى الوصول إلى المستشفيات والمراكز  
الطبية. والمواقع الإدارية الطبية والصحية وصناعة  
الصحة، التي تتيح معلومات إدارية واقتصادية  
طبية وآخر أخبار صناعة الطب والمصادر  
التخطيطية للطب، وآخر المستجدات القانونية  
الطبية.



## إمكانات النشر الأولى Primary

Publishing. وكذلك فإنها تقدم خدمة هامة  
جداً للأطباء ألا وهي البحث في النصوص الكاملة  
وخدمة البث الانتقائي للمعلومات والإعارة  
التبادلية بين المكتبات الطبية.

فمن خلال الإنترنت يمكن النفاذ إلى العديد من  
المواقع العربية والأجنبية المفيدة، على سبيل المثال  
وليس الحصر : مواقع منظمة الصحة العالمية،  
علاج الإدمان، القلب المفتوح، جراحة المخ  
والأعصاب، اتحاد أطباء الأشعة بأمريكا، طب  
الأسرة والمجتمع، شبكة الأطباء العرب، مراكز  
المعلومات الطبية، مراكز أبحاث التاريخ الصحي،  
الجمعيات الطبية، المكتبات الطبية العالمية،  
الصحة وآخر أخبارها، الإمبر الصينية، الطب  
البديل، موقع الأطباء، وأشهر المجلات الطبية،  
والعلوم العصبية، والأدلة الصحية التي يمكن  
البحث من خلالها على المجال الصحي المناسب  
السذي يريده الطبيب أو الباحث، وكذلك  
المستلزمات الطبية والخدمات الصحية، والمواقع  
الطبية الجسدية، والمعاهد والجمعيات الطبية  
والمستشفيات... الخ .

## أضواء على المكتبات ومراكز المعلومات العربية (24):

## مكتبة جامعة 6 أكتوبر

جمهورية مصر العربية

وفي سبيل تحقيق ذلك تقوم مكتبة جامعة 6 أكتوبر بالوظائف التالية:

- 1- بناء مجموعات مكتبية حديثة ومتعمدة، والعمل على تنميتها أولاً بأول، متضمنة كافة أشكال أوعية المعلومات المطبوعة والمسموعة والمرئية والمصفرة والإلكترونية.
- 2- التنظيم الفني الجيد لهذه المجموعات، وإتاحة بياناتها الببليوجرافية في شكل فهرس إلكتروني متاح على الخط المباشر OPAC عبر موقع المكتبة على شبكة الويب أو من خلال صفحة الجامعة على الشبكة، وذلك لتيسير الإفادة من مجموعات المكتبة عن بعد، وعلى مدار اليوم.

- 3- تقديم خدمات المعلومات الحديثة للمستخدمين كخدمات الإطلاع الداخلي، والإعارة الخارجية، والخدمات المرجعية الرد على أسئلة المستخدمين واستفساراتهم والبحث في قواعد البيانات Databases المتاحة على الخط المباشر On-Line، أو غير المباشر

انطلاقاً من إدراك جامعة 6 أكتوبر لدور المكتبة الجامعية، وأهميتها القصوى في مساندة ودعم العمليتين التعليمية والبحثية بالجامعة، فقد أنشأت الجامعة مكتبة جامعة 6 أكتوبر التي تعتبر بحق بمثابة مركز إشعاع حضاري ثقافي وتعليمي وبحثي، ليس لخدمة الجامعة فقط، ولكن لخدمة المجتمع الأكاديمي التعليمي والبحثي أيضاً، وتستمد رسالتها من رسالة الجامعة ذاتها، ويتمثل ذلك فيما يلي:

- أ- مساندة العملية التعليمية بالجامعة على مستوى كافة التخصصات والبرامج الدراسية النظرية والعملية بها.
- ب- مساندة البرامج والمشروعات البحثية بالجامعة على مستوى كافة تخصصاتها أيضاً.

- ج- خدمة المجتمع سواء على مستوى تقديم خدمات المعلومات للطلاب والباحثين وأعضاء هيئات التدريس من خارج جامعة 6 أكتوبر، أو على مستوى تقديم بعض الخدمات المعلوماتية لمجتمع مدينة 6 أكتوبر.

التفكير والأدب والثقافة والعلم في المجتمع المصري،  
والعربي، والعالمي.

حيث يؤدي الدخول إلى البهو الرئيسي الذي تعلو  
واجهته لوحتان من الرسم الزيتي على الطراز  
الروماني، وفي الجانبين الأيمن والأيسر يوجد عدد  
2 بانوراما إحداها لجامعة 6 أكتوبر والأخرى  
لمدينة الثقافة والعلوم وفي نهاية المدخل نموذج  
مجسم ومصغر للجامعة يمثل المباني الخاصة  
بالكليات والإدارات والمساحات الخضراء، وكذلك  
نموذج آخر مجسم لمدينة الثقافة والعلوم بمقاييس  
رسم مناسبة لكل مجسم وفي مدخل قاعة  
الحضارات والفنون والتراث نموذج من خامة  
الجبلي استر المقوي بالهياك الزجاج لحجر رشيد  
وآخر للكاتب المصري يعبران عن بداية دخول  
عصر الثقافة والعلوم.

ويحتوي الطابق الأرضي على:

#### 1- صالة الحضارات:

مزودة بمجموعة من لوحات زيتية لصور  
شخصيات عالمية، ومشاهير الأدب والفن مثل  
(نجيب محفوظ ويوسف إدريس، وعائشة عبد  
الرحمن (بنيت الشاطئ)، وعلى مبارك سليمان،  
وانوار سعيد، وتوفيق الحكيم، وطه حسين،  
وعلى مشرفة، والدكتور أحمد زويل، والدكتور  
قاروق الباز، والشيخ محمد متولي الشعراوي،  
وعباس العقاد، ويحيى حقي، وتشارلز ديكنز،  
وليم شكسبير، ويوسف السباعي، ورقاعة

المتاحة على الأقراص المدمجة CDs..  
وغيرها.

4- التعاون مع العديد من الهيئات  
والمؤسسات المكتبية، وغير المكتبية-  
سواء على المستوى الوطني أو الإقليمي أو  
الدولي- لدعم وإثراء مجموعات المكتبة  
وأنشطتها وخدماتها.

#### الموقع والمبنى:

تشغل المكتبة مبنى خاص ومستقل خارج الجامعة  
بجوار مسجد الحصري بمهنة 6 أكتوبر.  
ويتميز المبنى الجديد لمكتبة 6 أكتوبر بعدة مزايا  
سواء على مستوى الموقع المتين، أو المساحة (في  
حدود 9000 متر مربع) أو الجودة في  
التجهيزات والإمكانات، كما أنها محاطة  
بمساحات خضراء بمساحة 2000م.

ويتكون المبنى من ثلاثة طوابق: طابق أرضي،  
وطابقين علويين، بالإضافة إلى البهروم، وتحتوي  
على قاعات للكتب، والدوريات، والمراجع العامة  
والمخصصة، والمجموعات الخاصة، والمكتبة  
الإلكترونية، وكذلك قاعات للبحث المباشر،  
والمصغرات الفيلمية، والمواد السمعية والبصرية  
والندوات والمؤتمرات.

#### الطابق الأرضي:

يعد مركز إشعاع ثقافي وحضاري متميز وقد تم  
إعداده ليقيم المجتمع ومساندة التراث والمحافظة  
على الفن والأدب، وأعمال المشاهير من عمالقة



عرض الصور المعتمدة وعرض الشرائح شاشة عرض كهربائية وسبورة إلكترونية ذكية- أجهزة حاسب آلي- عدد من الوسائط المتعددة، وترتبط هاتين القاعتين بالصالة الخارجية عن طريق عدد (2) شاشة بلازما حتى يتمكن الحاضرون في هذه الأماكن من مشاهدة ما يحدث من وقائع وأحداث داخل القاعتين.

#### 4- قاعة العرض:

وهي الصالة الخارجية لقاعتي المؤتمرات والندوات ومجهزة بوحدة عرض خاصة ويمكن فكها وتركيبها وهي مجهزة لإقامة المعارض الفنية، وبعض المعارض الخاصة للشركات والمؤسسات، وتخدم رواد المكتبة العامة في حالة عدم إقامة المعارض، واستخدامها كصالة إطلالة، وتتسع لأكثر من مائة طالب، وفي هذه القاعة توجد بانوراما فنية شفافة على الزجاج الذي يرتفع من الطابق الأرضي إلى الطابق العلوي.

#### 5- معرض العلوم:

ويحتوي على مشاريع التحريج الخاصة بطلاب الكليات العملية بالجامعة مثل كلية الهندسة، كلية نظم المعلومات وعلوم الحاسب، وكلية العلوم الطبية التطبيقية، إضافة إلى الكليات العملية الأخرى.

#### 6- معرض دائم للناسخين:

وهو يضم مجموعة من الناسخين المتواجدين في عرض دائم طوال العام تعرض فيه أحدث الكتب

الطهطاوي)، كما توجد لوحة جدارية من الموزايك لنجيب محفوظ وأخرى على الجانب الآخر لتوفيق الحكيم كما توجد نماذج متحفية وأثرية ومستنسخات من بعض تحف العصر المصري القديم.

#### 2- قاعة المشاهير:

يوجد قاعتان رئيسيتان إحداها تحتوي على المقتنيات الشخصية للأديب توفيق الحكيم، وتمثال نصفي له، ومكتبه الخاص، ومكتبته الشخصية، والتي تحتوي على العديد من مؤلفاته، بالإضافة إلى آخر قصة كتبها الأديب الراحل بخت اليد.

أما القاعة الأخرى فتحتوي على بعض المقتنيات الشخصية الخاصة بالأديب نجيب محفوظ، إضافة إلى بعض المقتنيات الخاصة بالذكور يوسف إدريس، والأديب الكبير عباس العقاد، إضافة إلى كتب ومؤلفات هؤلاء الأدباء مع تماثيل نصفية لهم، وكذلك نماذج من بعض المقتنيات التحفية والأثرية الهامة.

#### 3- قاعات المؤتمرات والندوات:

يضم الطابق الأرضي قاعتين كبيرتين وتسمى (قاعة كبار الزوار 1، 2)، وتسع كل منهما لمائة شخص، مجهزتين بأحدث الوسائل والتجهيزات والأدوات الإلكترونية لخدمة عقد الندوات، والمؤتمرات في المكتبة (دش ستالايت- رسيفر- الفيديو- DVD- مكبرات الصوت- الجروجيكتور وجهاز

## مجموعة الكتب:

تحتوي مكتبة جامعة 6 أكتوبر على أكثر من (85000) عنواناً مطبوع سواء باللغة العربية أو الإنجليزية أو لغات أجنبية أخرى في مختلف التخصصات، كذلك تحوي المكتبة على أكثر من (60000) كتاب إلكتروني، والتي تخدم جميع فروع المعرفة، وجميعها مرتبة بأكثر من قاعة بالمكتبة، ومصنفة تصنيفاً دقيقاً حسب تصنيف ديوي العشري (DDC).

## مجموعة الرسائل العلمية:

تضم مكتبة جامعة 6 أكتوبر حوالي (500) رسالة علمية بمختلف اللغات، وفي مختلف التخصصات، وهي مودعة في المكتبة من قبل أعضاء هيئة التدريس بالجامعة، وجميعها مرتبة حسب تصنيف ديوي العشري بالطابق الأول، ويمكن الوصول لأي منها على فهرس المكتبة الإلكتروني المتاح على الشبكة.

## مجموعة المراجع:

تضم مكتبة جامعة 6 أكتوبر حوالي (1467) مرجعاً باللغتين العربية والإنجليزية، وتشمل دوائر المعارف والموسوعات والقواميس والبيبلوجرافيات والنشرات... إلخ. وهي متاحة في قاعة المراجع بالطابق الأول.

## مجموعة الدوريات:

تشارك مكتبة جامعة 6 أكتوبر سنوياً في أكثر من (200) دورية، ومجلة علمية عربية، وإنجليزية

والإصدارات التي تم نشرها وهي تخدم الرواد من داخل الجامعة وخارجها.

## 7- المكتبة العامة:

وتحتوي على مقتنيات في شتى فروع المعرفة لتخدم المجتمع الأكاديمي سواء من داخل مدينة 6 أكتوبر أو خارجها.

## 8- مكتب العلاقات العامة:

ويقوم بتنظيم والإشراف على عقد المعارض والمتاحف الفنية وإقامة المؤتمرات والندوات التي تقام بالمكتبة، كما أنه المسؤول عن التنويه الإعلامي عن كافة أنشطة المكتبة.

## مقتنيات المكتبة (الطابق الأول والثاني):

سبق التنويه إلى أن جامعة 6 أكتوبر أنشأت هذه المكتبة الحديثة إدراكاً منها لدور المكتبة الجامعية وأهميتها في دعم وإثراء العمليتين التعليمية والبحثية، والتي يجب أن تساهم أحدث التطورات والنظم التعليمية والمكتبية والتكنولوجية على المستوى المالي، لذا فقد ساندت الجامعة هذه المكتبة ودعمتها على كافة المستويات لتكون نموذجاً يحتذى به.

وتعتمد المكتبة نظام الرفوف المفتوحة، كما تقدم خدماتها للقراء من الأساتذة، والباحثين، والطلاب، والماملين، كما تتيح الفرصة أمام الزائرين من خارج الجامعة للاستفادة من مقتنياتها.

وتاريخية، وسياسية، وأيضاً مجموعة أفلام أرشيفية من الندوات العلمية والمؤتمرات والأنشطة المختلفة بالجامعة، بالإضافة إلى خدمات البث المباشر لبعض القنوات الفضائية المتنقلة من الأقمار الصناعية المختلفة (برامج تعليمية، ثقافية،...)، وجاري تدعيم المكتبة بمجموعة أخرى من الوسائط المتعددة المتخصصة التي تخدم البحث العلمي وتخدم طلاب الجامعة، وكذلك بعض الوسائط التعليمية والترفيهية والثقافية لجميع الفئات العمرية والتي تخدم جميع المترددين على المكتبة. المكتبة الإلكترونية:

تضم مكتبة 6 أكتوبر مكتبة إلكترونية وتشمل ثلاث قاعات وجميعها مخصصة للإنترنت وقواعد البيانات والنظام الآلي بالمكتبة، ويتوفر بها (170) جهاز حاسب آلي يتيح البحث والتصفح في شبكة الإنترنت، والإطلاع على المعلومات المتاحة عليها وذلك لمساعدة الباحثين على الوقوف على أحدث وآخر المعلومات في مجالات تخصصاتهم المختلفة، كما تحتوي على (4500) دورية إلكترونية، و (60000) كتاب إلكتروني، و(5000) CDs بالإضافة إلى دليل المواقع المجانية بالإنترنت لخدمة البحث العلمي.

وفي هذه القاعات توجد أماكن للمستفيدين الذين يرغبون في استعمال الـ Lap Top.

كما تشترك المكتبة في عدد من الصحف اليومية المصرية والعربية والأجنبية، كذلك المجلات

مطبوعة أما الإلكترونية فتشارك المكتبة في أكثر من (4500) دورية إلكترونية، وجميعها في كافة التخصصات والعلوم والآداب. تتاح الدوريات الورقية للباحثين بقاعة الدوريات، وجميعها مرتبة حسب تصنيف ديوي العشري، ويمكن للمستفيد من داخل المكتبة أو خارجها الحصول على أي معلومات عن مجموعة الدوريات من خلال البحث في فهرس المكتبة الإلكتروني (Insignial) المتاح على الشبكة، كما يمكن للباحث الدخول إلى عدد كبير من هذه الدوريات في شكلها الإلكتروني عن طريق الإنترنت. فالمكتبة تشترك في عدد كبير من الدوريات الإلكترونية B-Journal من خلال اشتراكها في الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية ENSTINET وشبكة الجامعات المصرية EUN.

المقتنيات السمعية والبصرية والوسائط المتعددة: تضم مكتبة جامعة 6 أكتوبر عدد من القاعات والمعامل بالطابق الثاني وهي مجهزة بأكثر من (37) جهاز تليفزيون، وأجهزة فيديو DVD، وأجهزة حاسب آلي، وأجهزة تسجيل ورايو كاسيت وساعات وشاشات عرض وبروجكتور.

كما يوجد ما يقرب من (500) وعاء في شتى المعارف ومختلف الأشكال من (شرائط كاسيت، وشرائط فيديو، وأقراص مضغوطة CDs)، وتغطي جميع المجموعات موضوعات مختلفة في كافة فروع المعرفة من مواد علمية، وتعليمية، ودينية،

ماكينات تصوير، ويقوم بتقديم هذه الخدمة أفراد متخصصون من بين العاملين في المكتبة.

5- خدمات البحث في قواعد البيانات الإلكترونية:

تتيح المكتبة إمكانية البحث الآلي في عدد متنوع من قواعد البيانات المباشرة On-Line Databases وغير المباشرة Off-Line Databases وذلك على النحو التالي:

أ- البحث في النظام الآلي المتكامل للمكتبة:

تستخدم المكتبة النظام الآلي المتكامل Insignia وهو نظام مكتبي معياري كندي، يتيح للمستخدم البحث فيه عن أوعية المعلومات المتاحة بالمكتبة بسرعة فائقة وسهولة ودقة عالية. هذا بالإضافة إلى مساعدة هذا النظام لعدد من الخدمات المهمة كخدمات الإعارة وتجديدها، وحجز الكتب، والرد على أسئلة المستخدمين، واستفساراتهم وغيرها، ويستطيع المستخدم البحث في هذا النظام الآلي المتكامل للمكتبة من داخل موقع المكتبة أو من أي مكان خارج المكتبة من خلال موقع المكتبة على شبكة الويب العالمية.

ويمكنك الحصول على الموجز الإرشادي Manual الخاص بكيفية استخدام هذا النظام الآلي من مكتب العلاقات العامة بالمكتبة.

ب- البحث في قواعد البيانات بالمكتبة الإلكترونية:

تتيح المكتبة الرقمية عدداً من قواعد البيانات النصية لمستخدميها في شتى تخصصات الجامعة،

الأسبوعية والشهرية والتي تنطوي كافة الأخبار المحلية والعالمية. خدمات المكتبة:

تقدم مكتبة جامعة 6 أكتوبر عدداً متنوعاً من الخدمات المكتبية التقليدية وخدمات المعلومات الحديثة، وذلك على النحو الآتي:

1- خدمة الإطلاع الداخلي:

تتيح المكتبة عدداً من قاعات الإطلاع المفتوحة المكيفة والمجهزة بأحدث الإمكانيات والتجهيزات، والتي تساعد المستخدمين على الاستفادة من هذه الخدمة على أكمل وجه، ومنها أماكن تصلح للدراسة الفردية، وكذلك القاعات المفتوحة للإطلاع الجماعي.

2- خدمة الإرشاد والتوجيه بالمكتبة:

تقدم المكتبة خدمة إرشاد الباحثين من خلال فريق عمل متخصص يقدمون النصح والتوجيه والإرشاد فيما يتعلق بالأنشطة المختلفة بالمكتبة وخدماتها المتنوعة وإمكانياتها.

3- خدمة الإعارة الخارجية:

تتيح المكتبة خدمة الإعارة الخارجية لمستخدميها وفقاً لما أقرته لائحة المكتبة.

4- خدمة التصوير:

تتيح المكتبة خدمة التصوير للباحثين لتيسير انتفاعهم من مقتنياتها، وذلك وفقاً للقواعد التي تقرها المكتبة، حيث توفر قاعة خاصة بها

وتقدم المكتبة كافة المعلومات الجارية عن أنشطتها ومقتنياتها وخدماتها من خلال نشراتها الإلكترونية المتاحة عبر موقع المكتبة على شبكة الويب.

#### 8- خدمة إقامة المحاضرات والندوات العلمية والثقافية:

تقدم المكتبة هذه الخدمة كمركز حضاري متكامل يساند إقامة المحاضرات، وعقد الندوات العلمية، والثقافية، والفنية، واستضافة كبار الشخصيات البارزة في هذه التخصصات من أجل الاستزادة في المعرفة وتنمية الفكر والإبداع، فضلاً عن إنجاح دور الجامعة في مساندة وخدمة المجتمع وقضاياها. ويتولى قسم العلاقات العامة بالمكتبة تنظيم إقامة هذه المحاضرات والندوات، ويعلن عن مواعيدها مسبقاً سواء داخل المكتبة أو عبر موقعها على الويب.

#### مواعيد المكتبة:

تعمل المكتبة طوال أيام الأسبوع هذا الجمعة والعطلات الرسمية.

وذلك من خلال اشتراك المكتبة في خدمات الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية ENSTINET، وشبكة الجامعات المصرية EUN، وغيرهما. والتي تتيح للباحث إمكانية البحث في العديد من الدوريات الإلكترونية B-Journal المهمة في شتى التخصصات التي تساندها الجامعة، هذا بالإضافة إلى إتاحة إمكانية الاتصال بشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت).

6- الخدمة المرجعية (الرد على الأسئلة والاستفسارات):

تتيح المكتبة هذه الخدمة لمستفيديها لتسهيل وصولهم إلى الأوعية المطلوبة داخل المكتبة، أو كيفية البحث عن المعلومات بداخلها، فضلاً عن تذليل أية عقبات تحول دون انتفاعهم بمقتنياتها، وأنشطتها، وخدماتها.

وتقدم المكتبة هذه الخدمة من خلال الحضور الشخصي إلى المكتبة، أو الاتصال التلغوني أو البريدي، أو الإلكتروني (عبر موقع المكتبة على شبكة الويب العالمية).

#### 7- خدمة الإحاطة الجارية:

تحيط المكتبة مستفيديها بصفة دورية- سنوية بالمواد المكتبية المضافة إليها حديثاً من خلال إصدارها قوائم المواد المضافة حديثاً إلى المكتبة في شتى التخصصات الموضوعية التي تخدمها، وإرسالها إلى الأقسام الأكاديمية بكلية الجامعة.

## قرأت لك:

## "الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الإنترنت"

للدكتور/ عبد الله عبد الكريم عبد الله

عرض

أ. محمد يحيى إبراهيم

من خلال استخدام شبكة الإنترنت بطرق غير مشروعة، ولعل التطورات التي صاحبت مدلول حقوق الملكية الفكرية بعد بروز الإنترنت من الموضوعات التي يجب أن تؤخذ في الاعتبار لدى صناع القرار في كافة الدول وكذلك في إطار المجتمع الدولي.

ولقد أخذت العديد من الدول بشق طريقها إلى هذه التطورات وراحت تسن التشريعات التي تضمن بها حقوق الملكية الفكرية ، في الوقت الذي اعترفت فيه بمسألة ارتباط حقوق الملكية الفكرية بحقوق الإنسان وتطورت هذه الرؤية إلى ربط هذه الحقوق بحقوق الفرد الاقتصادية كروية جديدة تأخذ مكانها بجدارة فائقة.

أمام هذه التطورات السريعة كان لابد للدول التدخل ضمن اتفاقية دولية تعيد الأمور إلى نصابها وتستجيب للتطورات التكنولوجية الحديثة من حيث التقنين خاصة فيما يتعلق بحقوق الملكية الفكرية التي ترتبط بالمعالجة الآلية للبيانات أو بنقلها.

وهذا ما حصل فعلا من خلال تحرك الدول الأعضاء في الدول الأعضاء في الملكية الفكرية

صدر مؤخرا في الإسكندرية كتاب بعنوان الحماية القانونية لحقوق الملكية الفكرية على شبكة الإنترنت "دراسة في الأطر القانونية للحماية مع شرح النظام القانوني للملكية الفكرية في التشريعات المصرية والأردنية والأوروبية والأمريكية ومعاهدي الإنترنت" للدكتور عبد الله عبد الكريم عبد الله وذلك لدى دار الجامعة الجديدة للنشر بالإسكندرية.

ويأتي صدور هذا الكتاب في وقت أدت القفزة الرقمية التي حدثت في العالم إلى إحداث اثر بالغ على كافة جوانب الحياة، وكان لها أثر مباشر على الملكية الفكرية وتحديدا في مجال حق المؤلف، حيث أصبح نشر وتوزيع وعرض المصنفات غاية في السهولة والسرعة والإتقان وبأقل التكاليف وقد ارتبط ذلك بظهور الكمبيوتر، فبعد أن كانت عملية النسخ والنشر تتم بالطرق التقليدية والتي كان يشوبها صدم الإتقان والكلفة العالية، أصبح ذلك يتم الآن باستخدام التكنولوجيا الحديثة من خلال شبكة الإنترنت. وبما أن الحقوق المجاورة تتأثر بشكل مباشر بما يمس حق المؤلف فقد تأثر أطراف هذه العلاقة بشكل كبير

بعد ذلك خصص الفصل الثالث لدراسة الإطار القانوني الدولي لحماية حقوق الملكية في المصنفات الرقمية وعلى شبكة الإنترنت (الملكية الرقمية).

ومن الجدير بالذكر أن الدكتور عبدالله عبدالكريم عبدالله هو مؤلف وخبير دولي أرمني حاصل على دكتوراه في القانون الدولي والملكية الفكرية وكان عضواً مساعداً في مشروع قوانين مكافحة الفساد بالأمم المتحدة وهو عضو مشارك لدى المجمع العربي للملكية الفكرية-الأردن، بالإضافة إلى أنه عضو مشارك في الجمعية المصرية للقانون الدولي- القاهرة وعضو في جمعية الوساطة والتحكيم في الملكية الفكرية- لبنان وأيضاً عضو مشارك في المنظمة الدولية لخبراء التراخيص- مدريد وميونخ بالإضافة إلى عضويته كخبير دولي لدى المركز الدولي لمكافحة جرائم المعلوماتية وأخيراً فهو عضو في المركز الدولي لأبحاث التنمية والتطوير التابع للجنة الأمم المتحدة لغربي آسيا. وشارك الدكتور عبدالله في العديد من المؤتمرات الدولية محاضراً ومتحدثاً ومشاركاً في ورش عمل وندوات علمية وقانونية. ويُنْتَظَر أن ينتهي الدكتور عبدالله من إصدار مؤلفات قانونية أخرى خلال هذا العام.

(وايبيو) حيث تم بتاريخ 20 ديسمبر/كانون الأول لعام 1996 اعتماد كل من معاهدة الوايبيو بشأن حق المؤلف

## WIPO Copyright Treaty (WCT)

(ومعاهدة الوايبيو بشأن الأداء والتسجيل الصوتي

## WIPO Performances And Phonograms Treaty (WPPT)

وذلك بتقنين ما اتفق عليها اصطلاحاً بحق المؤلف والحقوق المجاورة ضمن شبكة الإنترنت، بحيث لم يتم إضافة أحكام جديدة لمفهوم حق المؤلف والحقوق المجاورة، لذلك تزايد الاتجاه في السنوات الأخيرة نحو مكافحة الجرائم المرتبطة بالملكية الفكرية على الإنترنت من خلال جهود دولية ووطنية حيثما استهدفت الحد من تلك الظاهرة والحيلولة دون نموها لما لذلك من آثار بالغة على استقرار الاقتصاد العالمي، وقد كان ذلك من دون الانتقاص من التأكيد على الحقوق الأساسية وضرورة تطبيق هذه الحقوق كما هي وإن كان المكان شبكة الإنترنت بوصفها نواتج المعلوماتية.

وقد عرضت الدراسة في الفصل التمهيدي للبحث في حقوق الملكية الفكرية من حيث المفهوم والنطاق، ثم خصص الفصل الأول لدراسة الملامح العامة لحماية الملكية الفكرية على شبكة الإنترنت، أما الفصل الثاني فقد تعرض فيه لبحث الإطار القانوني الوطني لحماية الملكية الفكرية بالمفهوم التقليدي وعلى شبكة الإنترنت.

## واحدة مكتبات.نت

أ. عبير أحمد

### كنية العبد

أنا تستطيع أن تمنع طيور الهم أن تحلق فوق رأسي.  
ولكنك تستطيع أن تمنعها أن تعشش في رأسي.

### علماء العرب

#### هو أبو علي الحسن بن الهيثم

اشتهر بعلمي البصريات والهندسة، ولد بالبصرة سنة 354 هجرية وتوفي سنة 430 هجرية. وقد انتقل إلى مصر حيث أقام بها حتى وفاته. جاء في كتاب (أخبار الحكماء) للخطيب على لسان ابن الهيثم: (لو كنت بمصر لعملت بنيلها صلاً يحمل النفع في كل حالة من حالاته من زيادة ونقصان). فوصل قوله هذا إلى صاحب مصر، الحاكم بأمر الله الفاطمي، فأرسل إليه بعض الأموال سراً، وطلب منه الحفر إلى مصر. فبنى ابن الهيثم الطاب وارتحل إلى مصر حيث كلفه الحاكم بأمر الله إنجاز ما وعد به. فباشر ابن الهيثم دراسة النظر على طول مجراه، ولما وصل إلى قرب أسوان حيث تنحدر مياه النيل منه تنحمة في جوانبه كافة، أدرك أنه كان واحداً متصراً في ما ادعى القدرة عليه، وأنه عاجز على البز بوعده. حينئذ عاد إلى الحاكم بالله معتزلاً، فقبل عذره وولاه أحد المناصب. غير أن ابن الهيثم ظن رضى الحاكم بالله تظاهراً بالرفسى، فخشي أن يكيد له، وتظاهر بالجنون، وثابر على التظاهر به حتى وفاة الحاكم الفاطمي. وبعد وفاته عاد على التظاهر بالجنون، وخرج من داره، وسكن قبة على باب الجامع الأزهر، وطوى ما تبقى من حياته مؤلفاً وحققاً وباحثاً في حقول العلم، فكانت له إنجازات هائلة.

### كلمات من ذهب

الإنسان دون أمل كنبات دون ماء.

الإنسان دون ابتسامة كوردة دون رائحة.

الإنسان دون حب كغابة احترق شجرها.

الإنسان دون إيمان وحش في قطيع لا يرحم.



## استمارة اشتراك في مكبات إانت

نوع الاشتراك: \_\_\_\_\_ مؤسسات ☐ أفراد ☐

الاسم (اشتراك الأفراد): \_\_\_\_\_

الوظيفة: \_\_\_\_\_

اسم الجهة (اشتراك المؤسسات): \_\_\_\_\_

العنوان البريدي ص.ب: \_\_\_\_\_

رمز بريدي : \_\_\_\_\_

المدينة : \_\_\_\_\_

الدولة: \_\_\_\_\_

ت : \_\_\_\_\_

ف : \_\_\_\_\_

بريد إلكتروني: \_\_\_\_\_

عدد النسخ: \_\_\_\_\_ أرغب/الاشتراك في عدد ☐ نسخة

التوقيع

### استمارة اشتراك في مكبات إنت

عليك أن تملأ استمارة الاشتراك المرفقة وفقاً للتالي:

- الاشتراك للأفراد من داخل جمهورية مصر العربية بمبلغ 100 جنيه مصرياً في العام - نقداً لمنسوبنا أو بالحدود في مقر الشركة أو بحوالة بريدية أو بشيك مصرفي باسم شركة "إيبيس كوم للنشر والتوزيع وخدمات المعلومات"
- الاشتراك للمؤسسات من داخل جمهورية مصر العربية بمبلغ 220 جنيه مصرياً في العام - نقداً أو بشيك مصرفي باسم شركة "إيبيس كوم للنشر والتوزيع وخدمات المعلومات"
- الاشتراك للأفراد من الدول العربية بمبلغ 35 دولاراً في العام - نقداً أو بشيك مصرفي باسم شركة "إيبيس كوم للنشر والتوزيع وخدمات المعلومات"
- الاشتراك للمؤسسات من الدول العربية بمبلغ 70 دولاراً في العام - نقداً أو بشيك مصرفي باسم شركة "إيبيس كوم للنشر والتوزيع وخدمات المعلومات"
- الاشتراك للأفراد من أمريكا وأوروبا بمبلغ 45 دولاراً في العام - نقداً أو بشيك مصرفي باسم شركة "إيبيس كوم للنشر والتوزيع وخدمات المعلومات"
- الاشتراك للمؤسسات من أمريكا وأوروبا بمبلغ 90 دولاراً في العام - نقداً أو بشيك مصرفي باسم شركة "إيبيس كوم للنشر والتوزيع وخدمات المعلومات"

يمكنك أيضاً القيام بتحويل بنكي على حسابنا في البنك المصري الخليجي فرع الجيزة رقم 303372 جمهورية مصر العربية. يسعدنا دائماً في IPIS@COM من خلال مكاتبنا. نت أن نستقبل اقتراحاتكم، ولا نستطيع أن نقول في نهاية رسالتنا المفتوحة إليكم إلا أهلاً بكم في مستقبل المكاتب والمعلومات في العالم العربي.

يمكنك الحصول على أعداد دورية مكاتب إنت مجلة.

ترسل كافة المراسلات باسم

رئيس التحرير

د. زين عبد الهادي

ص.ب 647 الأورمان - الرمز البريدي 12612 الجيزة جمهورية مصر العربية

IPIS@COM

مكاتب إنت

توزيع شركة إيبيس كوم للنشر والتوزيع وخدمات المعلومات

رقم الإيداع: 2002/12102

www.ipisegypt.com

منح إعلانيك هنا

إيبيس كوم

للنشر والتوزيع وخدمات المعلومات



دراسات

بحوث

دوريات

كتب

حول الشركة

على أيدي مجموعة من الخبراء العرب في مجال تخصص المكتبات والمعلومات تأسست شركة إيبيس كوم في ديسمبر من عام ١٩٩٩ بهدف نشر وتنمية الوعي الفكري في مجال المكتبات والمعلومات بين المتخصصين والمهتمين بهذا المجال وتطبيق تكنولوجيا المعلومات ونشر ثقافة الإنترنت والمكتبات الرقمية .

وتقدم الشركة مجموعة من خدمات المعلومات تتمثل في مايلي:

- ١- البحث في قواعد البيانات الأجنبية .
- ٢- البحث على شبكة المعلومات الدولية الإنترنت .
- ٣- تصوير وتسليم المقالات المتاحة في الدوريات المصرية .
- ٤- البحث عن الكتب المصرية وشحنها .
- ٥- البحث عن الرسائل الجامعية المتاحة من الجامعات المصرية .
- ٦- تسهيل الحصول على أى مصدر معلومات نشر في مصر .
- ٧- تسهيل الاشتراك في مؤتمرات ونشرات المعلومات وتكنولوجيا المعلومات المتقدمة في مصر .
- ٨- تسهيل الحصول على مصادر المطبوعات من معارض الكتب في مصر وشحنها .

٢٠٠٠

اسم المستخدم:	<input type="text"/>
كلمة المرور:	<input type="password"/>
<input type="button" value="دخول"/>	
<input type="button" value="أنت الزائر"/>	
60600	

